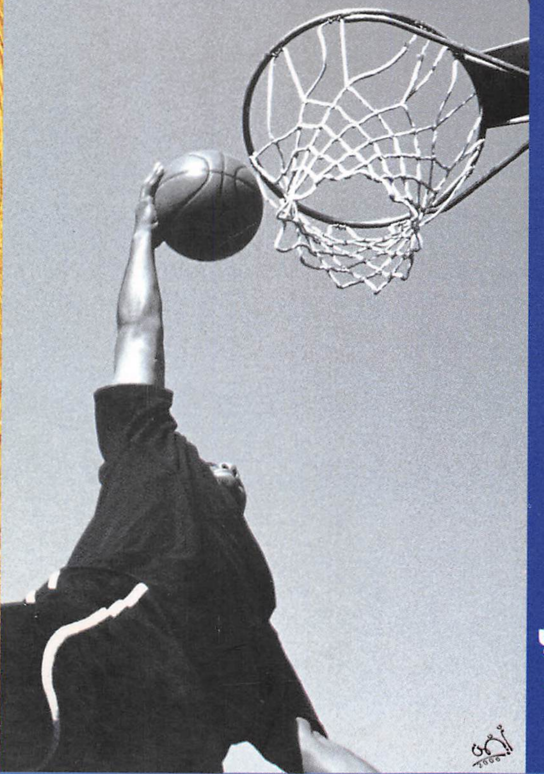


سلسلة معالم الطموح ٤

النجاح لعبة..!!

طريقك إلى الربح والفاعلية





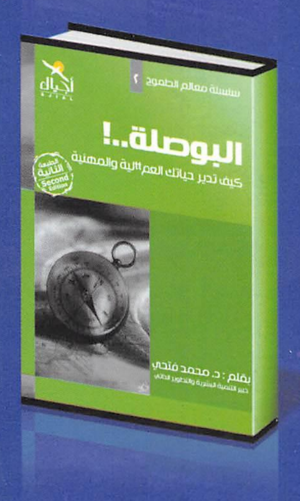
بقلم : د. محمد فتحي
خبير التنمية البشرية والتطوير الذاتي

صدر من السلسلة..











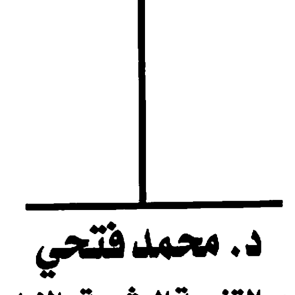


+2 012 42 42 43 7
+2 011 44 55 9 55



النجاح لعبة

طريقك إلى الربح والفاعلية في دنيا الأعمال


د. محمد فتحي
خبير التنمية البشرية والإدارية



اسم الكتاب: سلسلة معالم الطموح (٤)

المؤلـــــف: د.محمد فتحي

الطبعة الأولى: ١٤٢٧هـ - ٢٠٠٦م

تصميم الغلاف: group 8gates

رؤية م: أيمن مجدي

مقاس الكتاب: ١٢ × ١٧

إخراج داخلي: مركز السلام للتجهيز الفني

رقم الإيداع: ٢١٥٥٩/ ٢٠٠٦

هاتف: ٠١٠٢١٨٩٦٢٧ ٢٠+

الموقع على شبكة الإنترنت: www.darajial.net.



المحتويات

* * *

المقدمة:

هناك دائمًا وسيظل إلى نهاية الحياة ثلاثة أنواع من البشر:

نوع يصنع أحداث فاعلاً في الدنيا.

ونوع يشاهد الأحداث ثم يمشى في سياق من يصنعها ويظل في الركب ولكن الأول يسبق بخطوة.

والنوع الأخير يظل طوال حياته يتساءل ماذا يحدث فهو مفعولاً به دائمًا وليس بفاعل، وهذا هو الفارق بين الذي يرى المستحيل ومن يرى الممكن.

فلقد سأل الممكن.. المستحيل: أين تقيم؟ .. فأجابه: «في أحلام العاجز».

فهل أنت عاجز عن أن تفهم قيمة العمل البشري وقاعد وضوابط الكسب الحلال؟.

وهل أنت عاجزًا عن أن تكون فرد صانع لما تريده من أحداث؟

وهل أنت عاجزًا عن تطلب وتصنع في نفسك ما تريده من مهارات إن لم تكن عاجزًا فقد عرفت **لعبة النجاح**.

فقد عرفت طريقك إلى الربح والفاعلية في دنيا الأعمال وعندها نراك على القمة هناك حيث ما تريد فـذاك هنـاك هنـاك علـى قمـة الجبل حيث ترى كل الناس من أعلى الربوة..

ربوة النجاح.. وأحذر أن تقع أو تغتر وإلا فقدت القمة.

المؤلـــف

Mf_expertise@hotmail.com
Mf_expertise @yahoo.com

***

الكسب .. قيمة العمل البشري

الكسب.. قيمة العمل البشري

قيمة العمل: أراد الله للإنسان أن يعمر هذه الأرض ويمهدها للعيش فيها، ومن أجل ذلك سلحه بالعلم الذي من خلاله يستطيع أن يقوم بهذه المهمة، ولكن العلم وحده لا يقيم عمرانًا ولا يُنشئ حضارة إلا إذا انضم إليه العمل لتطبيق نتائج هذا العلم حتى تصبح واقعًا ملموسًا يستفيد منه كل من يعيش على هذه الأرض.

والعمل أحد مسئوليات الإنسان الأساسية التي لا غنى عنها في هذه الحياة، وعلى هذا الإنسان الذي يريد أن يعيش على هذه الأرض أن يعمل من أجل ترقية الحياة فيها، ولا يجوز له أن يكون طفيليا عليها يأكل من خيراتها دون عمل، ولذا فإن المطلوب: أن يقوم كل فرد بالعمل الذي يتناسب مع قدراته البدنية ومواهبه العقلية؛ فعن علي بن أبي طالب أنه قال: قال رسول الله ﷺ: «... **فكل ميسَّر لما خلق له**» رواه مسلم.

وليس من المقبول أو من المعقول أن يستخف هذا الإنسان بقيمة العمل وأهميته البالغة، فلا خير في إنسان لا يعمل، وإن عمل فليس أي عمل ولكنه العمل المنتج المفيد له ولغيره، ومن هنا كان حث الإسلام على العمل للكسب وترك الكسل والخمول، ففي القرآن

الكريم نجد: ﴿وَجَعَلْنَا نَوْمَكُمْ سُبَاتًا ۞ وَجَعَلْنَا اللَّيْلَ لِبَاسًا ۞ وَجَعَلْنَا النَّهَارَ مَعَاشًا﴾ [النبأ: ٩-١١].

فالنوم (السبات) يقطع عن الإنسان الإدراك والنشاط، ويجعله في حالة لا هي موت ولا هي حياة لإراحة الجسد والأعصاب، وتعويضًا عن الجهد الذي بذله في حالة الصحو والإجهاد والانشغال بأمور الحياة والكسب، وهدنة من الصراع العنيف وتجديد للطاقة، ثم الليل يكون ساترًا يتم فيه السبات والانزواء، وهذا السبات بعد العمل والنشاط والحركة.

فهذا الإنسان لكي يكسب ويعرف العمل لا بد له من الراحة والسكون ليكسب عيشه في حياته نهارًا.

يقول عز وجل: ﴿وَلَقَدْ مَكَّنَّاكُمْ فِي الأَرْضِ وَجَعَلْنَا لَكُمْ فِيهَا مَعَايِشَ قَلِيلاً مَّا تَشْكُرُونَ﴾ [الأعراف: ١٠].

إن خالق الأرض وخالق الناس هو الذي مكن لهذا الجنس البشري في الأرض، هو الذي أودع الأرض هذه الخصائص والموافقات الكثيرة التي تسمح بحياة هذا الجنس وتقوته وتعوله بما فيها من أسباب الرزق والمعايش.

ويقول أيضًا عز وجل: ﴿وَآخَرُونَ يَضْرِبُونَ فِي الأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِن

فَضْلِ اللهِ﴾ [المزمل: ٢٠]. أي أناس يطلبون الرزق والكسب والكد فيه، وهو ضرورة من ضرورات الحياة.

ليس هذا وحسب؛ بل إن العمل في الإسلام عبادة يتقرب به المسلم إلى ربه راجيًا منه القبول والمثوبة؛ لأن العمل والعبادة خطان متوازنان، يقول الرسول ﷺ **«الساعي على الأرملة والمسكين كالساعي في سبيل الله»**. قال الراوي: وأحسبه قال: **«كالقائم لا يفتر، وكالصائم لا يفطر»** متفق عليه.

وعن أبي مسعود البدري -رضي الله عنه- عن النبي ﷺ قال: **«إذا أنفق الرجل على أهله نفقة يحتسبها فهي له صدقة»** متفق عليه.

وعن عبد الله بن عمرو بن العاص -رضي الله عنهما- قال: قال رسول الله ﷺ: **«كفى بالمرء إثمًا أن يضيع من يقوت»** رواه أبو داود.

وعن أنس ﷺ أن النبي ﷺ قال: **«ما من مسلم يغرس غرسًا أو يزرع زرعًا فيأكل منه طير أو إنسان أو بهيمة إلا كان له صدقة، وكان ما أكل منه له صدقة»**.

وعنه ﷺ أنه قال: **«لو قامت القيامة وفي يد أحدكم فسيلة فإن استطاع أن لا يقوم حتى يغرسها فليفعل»** [الفسيلة: صغار النخل].

الإسلام دين العمل:

العمل في الإسلام هو الحياة والحياة هي العمل.. يقول عز وجل: ﴿وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ﴾ [التوبة: ١٠٥].

فالإسلام منهج حياة واقعية لا تكفي فيه المشاعر والنوايا ما لم تتحول إلى حركة واقعية وللنية الطيبة مكانها، ولكنها هي بذاتها ليست مناط الحكم والجزاء، إنما هي تحسب مع العمل فتحدد قيمة العمل، ألا ترى قول الرسول ﷺ: «**إنما الأعمال بالنيات**» الأعمال لا مجرد النيات.

ويقول تعالى: **﴿وَأَن لَّيْسَ لِلإِنسَانِ إِلاَّ مَا سَعَى ۞ وَأَنَّ سَعْيَهُ سَوْفَ يُرَى ۞ ثُمَّ يُجْزَاهُ الْجَزَاءَ الأَوْفَى﴾** [النجم: ٣٩- ٤١].

فلن يضيع شيء من السعي والعمل والكسب، ولن يغيب شيء عن علم الله وميزانه الدقيق، وسينال كل امرئ جزاء سعيه وافيًا كاملاً لا نقص فيه ولا ظلم.

وقال تعالى بشأن داود عليه السلام: **﴿وَأَلَنَّا لَهُ الْحَدِيدَ ۞ أَنِ اعْمَلْ سَابِغَاتٍ﴾** [سبأ: ١١].

أي أعمل دروعًا تستر جسد الإنسان في القتال، وتحميه من ضربات الحراب والسهام، وهو أمر لنبي الله داود بأن يعمل كي يكسب عيشه من عمل يده.

وقد خاطب عز وجل السيدة مريم حين جاءها المخاض وهي جالسة تحت النخلة فقال تعالى: **﴿وَهُزِّي إِلَيْكِ بِجِذْعِ النَّخْلَةِ تُسَاقِطْ عَلَيْكِ رُطَبًا جَنِيًّا﴾** [مريم: ٢٥].

فأمرها الله وهي في حالة الإعياء ومن المخاض وما فيه من حزن

وكرب أن تعمل وتهز النخلة ليسقط التمر الرطب فتأكل وتغذي نفسها، وهذا ليس بأمر سهل وكان في قدرته تعالى أن يرسل إليها الطعام من غير أن تقوم بأي مجهود فهو القادر على كل شيء، ولكنه أمرها بالعمل لتعيش.

وقد قبل رسول الله ﷺ يدًا تورمت من العمل وقال: **«هذه يد يحبها الله ورسوله»**؛ لأنها يد تعمل وتكد لتكسب عيشها.

وقال الرسول ﷺ في حثه على العمل: **«إن الله كتب عليكم السعي فاسعوا»**، وقال: **«أطيب الكسب عمل الرجل بيده»**.

وكان جالسًا ﷺ مع أصحابه ذات يوم فنظروا إلى شاب ذي جلد وقوة وقد بكر يسعى فقالوا: ويح هذا لو كان شبابه وجلده في سبيل الله، فقال ﷺ: **«لا تقولوا هذا، فإنه إن كان يسعى على نفسه ليكفها عن المسألة ويغنيها عن الناس فهو في سبيل الله، وإن كان يسعى على أبوين ضعيفين أو ذرية ضعاف ليغنيهم ويكفيهم فهو في سبيل الله، وإن كان يسعى تفاخرًا وتكاثرًا فهو في سبيل الشيطان»** أخرجه الطبراني.

فالرسول ﷺ يحث على العبادة كما يحث على السعي وراء الرزق؛ حتى لا يحتاج الإنسان إلى استجداء أحد ويستطيع أن يقوم بواجبه نحو أسرته وذريته ويغنيهم عن الحاجة، كما يحث الرسول على التواضع وعدم التظاهر أو التفاخر كي يكون سعيه لله وابتغاء مرضاته عز وجل.

ويقول أيضًا الرسول ﷺ: «**إن الله يحب العبد يتخذ المهنة ليستغني بها عن الناس، ويبغض العبد يتعلم العلم يتخذه مهنة**».

أي إنه ﷺ يشجع على تعلم المهن على اختلاف أنواعها، فيتخذ الشاب ما يختاره ويميل إليه، ويكسب منه معيشته ويستغنى به عن الناس، وهذا ما يحبه الله، ولكنه عز وجل يبغض الذي يتعلم العلم ولا يبغى به وجه الله ولا يتقرب به إليه، وهدفه الأسمى هو كسب المال.

ويقول الرسول أيضًا: «**إن الله يحب المؤمن المحترف**» أخرجه الطبراني.

أي إن الله عز وجل يحب من المؤمن العالم أن يتخذ له حرفة من الحرف ومهنة من المهن ليكسب بها عيشه.

وقيل: يا رسول الله، أي الكسب أطيب؟ قال: «**عمل الرجل بيده، وكل عمل مبرور**» رواه البزار والحاكم.

وقال ﷺ: «**لأن يأخذ أحدكم جعله فيحتطب على ظهره خير من أن يأتي رجلاً أعطاه الله من فضله فيسأله أعطاه أو منعه**» متفق عليه.

وروى أن عيسى عليه السلام رأى رجلاً فقال: ما تصنع؟ قال: أتعبد، قال: من يعولك؟ قال: أخي، قال: أخوك أعبد منك (أي أكثر عبادة منك).

فهم الصحابة والتابعين للعمل:

أدرك الصحابة والتابعون قيمة العمل فهذا:

- الخليفة الأول أبو بكر الصديق رضي الله عنه بعد أن بويع بالخلافة وصار خليفة للإسلام والمسلمين خرج إلى السوق ليتجر ويسعى لطلب الرزق حسبما اعتاد قبل توليه الأمر للإنفاق على أسرته، ولم تمنعه الخلافة من البحث والعمل لكسب العيش، ولكن الصحابة قالوا له: إن عملك هو التفرغ لشئون الرعية والعمل على نهضتها، وفرضوا له قدرًا من المال يكفي الضروريات من الحياة له ولمن يعولهم، وقبل وفاته رد كل ما ناله له وما قدم له من بيت المال.

- وهذا عمر بن الخطاب رضي الله عنه قال: إني لأرى الشاب فيُعجبني، فاسأل: هل له من كسب؟ فيقال: لا، فيسقط من عيني.

ويرى زيد بن سلمة يغرس في أرضه ويزرعها فقال له: أصبت، استغنِ عن الناس يكن أصون لدينك وأكرم لك عليهم.

وقد نهى رضي الله عنه عن الكسل والتراخي والخمول، كما نهى عن الاكتفاء بالدعاء في طلب الرزق؛ حيث قال: لا يقعد أحدكم عن طلب الرزق فيقول: اللهم ارزقني، فقد علمتم أن السماء لا تمطر ذهبًا ولا فضة.

ويقول أيضًا: «ما من موضع يأتيني الموت فيه أحب إليَّ من موطن أتسوق فيه لأهلي أبيع وأشتري» والتسوق يعني به البيع والشراء.

- ويقول ابن مسعود رضي الله عنه: «إني لأكره أن أرى الرجل فارغًا لا في أمر دنياه ولا في أمر آخرته» والفارغ: هو الخالي من العمل وتاركه.

- وقيل لأحمد: ما تقول فيمن جلس في بيته أو مسجده وقال: لا أعمل شيئًا حتى يأتيني رزقي؟ فقال أحمد: هذا رجل جهل العلم، أما سمع قول النبي ﷺ: **«إن الله جعل رزقي تحت ظل رمحي»**، وقوله عليه السلام حين ذكر الطير فقال: **«تغدو خماصًا وتروح بطانًا»** رواه الترمذي. فذكر أنها تغدو في طلب الرزق.

وكان أصحاب رسول الله ﷺ يتجرون في البر والبحر ويعملون في نخيلهم.

- وقال أبو سليمان الداراني: ليست العبادة عندنا أن تصف قدميك وغيرك يقوت لك. (أي يقدم لك القوت والطعام)، ولكن ابدأ برغيفيك فاحرزهما (أي احصل عليهما بجدك وعملك) ثم تعبد.

- وقال أبو قلابة لرجل: لأن أراك تطلب معاشك أحب إليَّ من أن أراك في زاوية المسجد.

- وكان لأبي الأسود الدوؤلي ابن يقال له أبو حرب، فلزم منزل أبيه في البصرة لا ينتجع أرضًا (أي يطلب العشب في موضعه)، ولا يطلب رزقًا فعاتبه أبوه في ذلك فقال: **«إن كان لي رزق فسيأتيني»**.

فقال أبو الأسود:

وما طلب المعيشة بالتمني ولكن ألقِ دلوك في الدلاء

تجيء بملئها طورًا وطورًا تجيء بحمأة وقليل ماء

والطور هي: تارة.

والحمأة هي: الطين الأسود.

وأبو الأسود هنا أرشد ابنه إلى المعنى المقصود من التوكل على الله، وأن المعيشة تكون بالعمل والكد في كل الميادين وحسب التخصص: تجارة، زراعة، صناعة، طب، هندسة، بحث علمي، أدب، فتارة يكسب الإنسان كثيرًا وتارة يكسب قليلاً.



ولذا يقول أحد الحكماء: ليست الحياة يوم عيد ولا يوم حداد، وإنما هي يوم عمل.

فهكذا كان العمل والكسب عند المسلمين الأوائل، وهكذا كانت قيمة العمل والكسب لديهم.

***

قواعد
وضوابط الكسب





ما هو موضوع ونتيجة الكسب؟

المال، أليس كذلك؟

المال: مادة الشهوات.

المال: سبب المعاصي.

يقول عز وجل: ﴿زُيِّنَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ الْمُقَنْطَرَةِ مِنَ الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ وَالْخَيْلِ الْمُسَوَّمَةِ وَالأَنْعَامِ وَالْحَرْثِ ذَلِكَ مَتَاعُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَاللهُ عِنْدَهُ حُسْنُ الْمَآبِ﴾ [آل عمران: ١٤].

ولكي تسير الأمور السير الطبيعي لها دون انحراف يخل بالنظام ويُفسد الصورة الجميلة، وحتى لا يحدث ظلم لأحد أو اعتداء على مال أحد، فلا بد أن يكون هناك قواعد وضوابط تحقق مصالح كل من يتعامل بالمال، وبذلك تزداد الثقة بين الناس ويستقر التعامل، ولكن ما هي هذه القواعد والضوابط؟

١- عدم مخالفة مقاصد الشريعة في العبادة

من الواجب على المسلم ألا يلهيه الكسب عن ذكر الله وأداء فرائضه والبعد عن محارمه، وإقامة شعائر الإسلام؛ فالكسب الحلال قد يذم إذا قدِّم على ما يجب تقديمه عليه، وقد عاب القرآن الكريم

على المسلمين الذين تركوا رسول الله ﷺ في الصلاة وانصرفوا إلى التجارة؛ فعن جابر رضي الله عنه قال: بينما نحن نصلي مع النبي ﷺ إذ أقبلت عير تحمل طعامًا فالتفتوا إليها حتى ما بقى مع النبي ﷺ إلا اثنا عشر رجلاً، منهم أبو بكر وعمر رضي الله عنهما، فنزلت: ﴿وَإِذَا رَأَوْا تِجَارَةً أَوْ لَهْوًا انْفَضُّوا إِلَيْهَا وَتَرَكُوكَ قَائِمًا﴾ [الجمعة: ١١] رواه الشيخان والترمذي.

فلا ينبغي للباحث عن الكسب الحلال أن يشغله هذا الكسب –على اختلاف نوعه ومهنته– عن الحياة الآخرة، وأن يكون عاقلاً يشفق على نفسه بحفظ رأس ماله، ورأس ماله هو دينه وتجارته وكسبه فيه.. يقول تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لاَ تُلْهِكُمْ أَمْوَالُكُمْ وَلاَ أَوْلاَدُكُمْ عَنْ ذِكْرِ اللهِ وَمَن يَفْعَلْ ذَلِكَ فَأُولَئِكَ هُمُ الْخَاسِرُونَ﴾ [المنافقون:٩].

٢- التحري في الكسب الحلال

أوجب الإسلام على الساعي إلى الكسب أن يتحرى الحلال في كل معاملاته، وأن يتجنب كل ما حرمه الله ورسوله، وقد حذر النبي ﷺ من التهاون في هذا الأمر وعدم تمحيص الكسب فيقول: «يأتي على الناس زمان ما يبالي الرجل من أين أصاب المال من حل أو من حرام».

وروى أبو هريرة رضي الله عنه قال: قال رسول الله ﷺ: «إن الله طيب لا يقبل إلا طيبًا، وإن الله أمر المؤمنين بما أمر به المرسلين» فقال: ﴿يَا أَيُّهَا الرُّسُلُ كُلُوا مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَاعْمَلُوا صَالِحًا﴾.

وقال: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ﴾ ثـم ذكـر الرجل يطيل السفر أشعث أغبر يمد يديه إلى السماء يا رب يـا رب، ومطعمه حـرام، ومشـربه حـرام، وغـذي بـالحرام، فـأنى يسـتجاب لذلك. «رواه مسلم والترمذي».

وعن ابن عمر رضي الله عنه قال: قـال رسـول الله ﷺ: الـدنيا خضرة حلوة من اكتسب فيها مالاً من حله وأنفقه في حقه أثابـه الله عليه وأورده جنته، ومن اكتسب فيها مالاً من غير حله وأنفقه في غير حقه أحله الله دار الهوان، ورب متخـوض في مـال الله ورسـوله لـه النار يوم القيامة.. يقول الله تعالى: ﴿كُلَّمَا خَبَتْ زِدْنَاهُمْ سَعِيرًا﴾.

٣- الرضا في التعامل

اهتم الإسلام بأن يكون التعاقد بـين النـاس نتيجـة إرادة حـرة مبعثها رضا الطرفين وموافقتهما على التعاقد، ولذلك كانت صـيغة التراضي ركنًا من أركان العقد.. يقول تعالى: ﴿إِلا أن تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ﴾ [النساء: ٢]. فإن كان التراضي في التجارة مثلاً فإن الأمر يلزم أن يكون المشتري مختـارًا في الشـراء، والبـائع مختـارًا في البيـع، وكلاهما مختار في تقدير الثمن الذي يشتري به أو يبيع به، فإذا كـان أحدهما مضطرًا للشراء بأي ثمن فإن عنصر الرضا لا يكـون قائمًـا وتفقد التجارة أعظم عناصرها وأركانها وهي حرية التعاقد، ولذلك كان الاحتكار والتجارة نقيضـيين لا يجتمعـان؛ لأن الأول لا يعتمـد على الرضا بل على الاضطرار عكس الثاني.

٤- الصدق في التعامل

الصدق فضيلة وخلق إسلامي حث عليه الإسلام وأمر به المسلمين عامة، والصدق في التعامل يغرس الثقة في نفوس المتعاملين ويبعث الاطمئنان في قلب كافة الأطراف، ويجعلهما على بينة من أمرهما. ومن أعظم الأمور في الكسب عن طريق التجارة الصدق، فجزاء الصدق لا يقتصر على الثواب العظيم في الآخرة وحسب؛ بل هناك جزاء دنيوي بأن يبارك الله في المال ويجعل كسبه من أطيب الكسب.. يقول رسول الله ﷺ: **«البيعان بالخيار ما لم يتفرقا، فإن صدقا وبيَّنا بورك لهما في بيعهما، وإن كذبا وكتما محقت بركة بيعهما»** [رواه البخاري ومسلم].

ويقول أيضًا ﷺ: **«إن التجار هم الفجار، قالوا: يا رسول الله، أليس الله قد أحل البيع؟ قال: بلى، ولكنهم يحلفون فيأثمون، ويحدثون فيكذبون»** [رواه أحمد].

٥- الأمانة في التعامل

الإسلام لا يسمح للمسلم أن يستغل أخاه أو يظلمه أو يغشه أو يخدعه، ومن أجل ذلك حرم الإسلام الأفعال التي تنطوي على الغش والتدليس والخداع من كلا الطرفين.

وقد مر الرسول ﷺ على صبرة طعام في السوق، فأدخل يده فيها فنالت أصابعه بللا فقال: **ما هذا يا صاحب الطعام؟** قال: يا رسول الله، أصابته السماء، قال: **«أفلا جعلته فوق الطعام حتى يراه الناس، من**

غشنا فليس منا» [رواه البخاري].

وقد أوجب الإسلام ضبط الموازين وتوخي الدقة في أدوات الكيل.. يقول عز وجل: **﴿أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلاَ تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ۝ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۝ وَلاَ تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلاَ تَعْثَوْا فِي الأَرْضِ مُفْسِدِينَ﴾** [الشعراء: ١٨١- ١٨٣].

وقال رسول الله ﷺ لأصحاب الكيل والوزن: «**إنكم وليتم أمرًا فيه هلكت الأمم السابقة قبلكم**» [رواه الترمذي].

وروى عن ابن عمر رضي الله عنه قال: أقبل علينا رسول الله ﷺ فقال: «**يا معشر المهاجرين، خمس بخمس، وأعوذ بالله أن تدركوهن:... ولم ينقصوا المكيال والميزان إلا أخذوا بالسنين وشدة المؤنة وجور السلطان عليهم**» [رواه بن ماجه والبزار والبيهقي].

٦- السماحة في التعامل

حرص الإسلام على ترشيد سلوك الإنسان وهو يتعامل مع غيره، فيوصى بالسماحة في المعاملات على اختلافها وتنوعها، فعن أبي سعيد الخدري رضي الله عنه أن النبي ﷺ قال: «**أفضل المؤمنين رجل سمح البيع، سمح الشراء، سمح القضاء، سمح الاقتضاء**» رواه الطبراني.

وهذه السماحة عند التعامل في الكسب من مكارم الأخلاق ومن مقتضيات حسن المعاملة المحمودة عرفًا وشرعًا، بل وحث الإسلام على حسن النية عند بدء التعامل، فمن أبرم عقدًا مع أخيه

وفي نيته المماطلة وأكل الحقوق كان آثما، يقول رسول الله: «**من أخذ أموال الناس يريد أداءها أدى الله عنه، ومن أخذها يريد إتلافها أتلفه الله**» رواه البخاري.

ومن السماحة أن يقيل من يستقيله؛ أي يرجع الفرد في البيع ويعدل عنه رفعًا للضيق والحرج.

ومن السماحة أيضًا إنظار المعسر الذي لا يجد ما يسد به دَيْنه.

٧- تحريم الأعمال التي تلحق الضرر بالغير

لحرص الإسلام على عدم إلحاق الضرر بالغير كان له ضوابط شرعية في كل كسب وربح؛ ففي مجال التجارة والأسواق حرم الأعمال التي تلحق الضرر بالتجار والأسواق وتحد من حرية التعامل فيها، مثل:

* منع الاحتكار، فقد قال رسول الله ﷺ: «**من احتكر حكرة يريد أن يغلي بها على المسلمين فهو خاطئ**» رواه أحمد والحاكم. وقال أيضًا: «**من دخل في شيء من أسعار المسلمين ليغلين عليهم كان حقا على الله أن يقعده بعظم من النار يوم القيامة**» أخرجه الطبراني.

* الدخول في منافسة حتى لا يأخذها أخوه فيفسدها عليه، وقد نهى الرسول عن ذلك فقال:

«**لا يبع بعضكم على بيع أخيه**» رواه البخاري.

* التناجش، وهو الزيادة في السلعة لا ليشتريها بل ليغري غيره.

* منع البيوع المؤدية إلى الضرر، وقد حددها الإسلام بدقة.

٨- توثيق العقود

وهذا اهتمام خاص من الإسلام لضمان الحقوق وإقامة العدل بين الناس ليضمن كل ذي حق حقه، وليبتعد الناس عن التنازع والاختلاف. ومن وسائل التوثيق التي شرعها الإسلام:

الكتابة، الإشهاد، الرهن، الضمان أو الكفالة.

يقول عز وجل: ﴿**يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنتُم بِدَيْنٍ إِلَى أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ**﴾ [البقرة: ٢٨٢] الكتابة.

﴿**وَأَشْهِدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ**﴾ [البقرة: ٢٨٢] الشهادة.

﴿**فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ**﴾ [البقرة:٢٨٢] الرهن.

﴿**وَأَنَا بِهِ زَعِيمٌ**﴾ [يوسف:٧٢] الضمان أو الكفالة.

ليس هذا وحسب بل ﴿**وَلْيَكْتُب بَّيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ**﴾ [البقرة: ٢٨٢] شخص آخر ليس هو أحد المتعاقدين للاحتياط والحيدة المطلقة، فلا يميل مع أحد الطرفين ولا ينقص أو يزيد في النصوص.

وقد رخص الشرع واستثنى التجارة الحاضرة لما فيها من السرعة من الكتابة؛ تيسيرًا على التجار في معاملتهم.

٩- الرقابة الرشيدة

وهي عملية متابعة دائمة تهدف أساسًا إلى التأكد من أن الأعمال تسير في اتجاه المخطط لها وبصورة مرضية، كما تهدف إلى الكشف عن الأخطاء والانحرافات ثم تصحيح تلك الأخطاء والانحرافات بعد تحديد المسئول عنها ومحاسبته. والأساس الفلسفي للرقابة في الإسلام ينبع من مفهوم المسئولية الفردية والرقابة الذاتية، يقول الرسول ﷺ: «**الإحسان أن تعبد الله كما تراه، فإن لم تكن تراه فإن يراك**».

ويقول: «**حاسبوا أنفسكم قبل أن تحاسبوا**».

ويقول عز وجل: **﴿وَكُلَّ إِنْسَانٍ أَلْزَمْنَاهُ طَائِرَهُ فِي عُنُقِهِ وَنُخْرِجُ لَهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ كِتَابًا يَلْقَاهُ مَنْشُورًا۝ اقْرَأْ كِتَابَكَ كَفَى بِنَفْسِكَ الْيَوْمَ عَلَيْكَ حَسِيبًا﴾** [الإسراء: ١٣].

فالرقابة الذاتية للفرد المسلم تبعده عن ا لانحراف في الكسب، وتجعله ملتزمًا بأحكام الله وشرعه في كل أعماله، وهذه غاية ما يسعى الإسلام إليه، غير أن هذا الإنسان بشر وهو معرض للخطأ.

ولا يخلو مجتمع من أن يكون فيه من يميل إلى الانحراف عن الحق والنفس أمارة بالسوء، ولذلك وضع الإسلام الرقابة من الغير فجعل مسئولية الجماعة متابعة ومراقبة الالتزام بشرائع الله وقوانينه بقوله تعالى: **﴿وَلْتَكُن مِّنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ﴾** [آل عمران: ١٠٤].

هذا عن الكسب بوجه عام

ولكن ما هي مهنتك؟ كل مهنة لها ضوابط وقواعد تضاف على ما سبق، فإن كنت ممتهنا مهنة بائع أو مسوق لمنتج أو سلعة، فلها ضوابط وقواعد، كما أن هناك أيضًا أخلاقا يجب أن يلتزم بها هذا البائع أو المسوق شأنه شأن كل ساع نحو الكسب، هذه القواعد والأخلاق منها:

* **الإيمان بالله خالقًا ومالكًا ومدبرًا:** هذا الإيمان يدفع البائع أو المسوق بأن يستشعر أن المال الذي يعمل فيه ملك لله سبحانه، وأن رزقه بيده، وأن عمله في المال بنية التقوية به على عبادة الله والفوز برضاه، ولذلك يركز جهوده في الحلال والبعد عما حرم الله كما قال عز وجل: ﴿**فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللهُ حَلاَلاً طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللهِ إِن كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ**﴾ [النحل: ١١٤].

هذه القيمة الإيمانية تجعل رجل البيع والتسويق ملتزمًا بأحكام ومبادئ الشريعة الإسلامية حتى يكون عمله صالحًا ولوجه الله خالصًا.

* **الإيمان بالله رقيبًا:** يجب أن يؤمن رجل البيع والتسويق بأن الله محيط بكل شيء ورقيب على كل تصرفاته كما قال عز وجل: ﴿**أَلَمْ تَرَ أَنَّ اللهَ يَعْلَمُ مَا فِي السَّمَاوَاتِ وَمَا فِي الأَرْضِ**﴾ [المجادلة: ٧].

ويستشعر قول القائل:

إذا خلوت الدهر يومًا فلا تقل خلوت ولكن قل عليَّ رقيب
ولا تحسبن الله يغفل ساعة ولا أن ما تخفي عليه يغيب

* **الإخلاص:** يجب على رجل البيع والتسويق أن يكون مخلصًا مع الله ومع صاحب المال الذي يتاجر فيه ومع نفسه في العمل الذي يقوم به، وقد أمر الله عز وجل بذلك فقال: ﴿وَمَا أُمِرُوا إِلاَّ لِيَعْبُدُوا اللهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ حُنَفَاءَ﴾ [البينة: ٥]. ومن مقومات هذا الخلق استشعار مراقبة الله وضرورة توجيه النية إلى الله تبارك وتعالى في كافة الأعمال، وفي نصيحة وجهها أبو الحسن الندوي إلى العاملين: «استحضروا النية في عملكم يصبح عبادة... إنما الفرق بين عمل وعمل هو الإخلاص لله تبارك وتعالى والاحتساب، فإذا صحت نيتكم وإذا انطوت قلوبكم على أنكم في عمل تتقربون به إلى الله فإنكم بذلك في عبادة».

* **الوفاء بالعهد:** من خلق المسلم بصفة عامة احترام العقود والوفاء بالعهد ومرجعه في ذلك قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ﴾ [المائدة: ١]. وقوله سبحانه أيضًا: ﴿وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْؤُولاً﴾ [الإسراء: ٣٤]. ويقول الرسول ﷺ: **«من كان بينه وبين قوم عهد فلا يحلن عهدًا ولا يشدنه أو ينبذ إليهم على سواء»** [رواه أبو داود والترمذي].

وتظهر أهمية الوفاء بالعهد عند توريد البضاعة في الموعد المتفق عليه، وتحصيل الأموال والمسموحات والخصومات التي تم الوعد بها.

* **إحسان العمل:** حتى يحسن الرجل عمله يجب أن يعرف حدود هذا العمل والطريقة المثلى لأدائه، كما يجب على صاحب العمل أن لا يعطي عملاً للعامل خارج تخصصه، فإذا ما عرف ذلك يجب عليه أن يعلم قوله تعالى: ﴿إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ إِنَّا لاَ نُضِيعُ أَجْرَ مَنْ أَحْسَنَ عَمَلاً﴾ [الكهف: ٣٠].

وقول الرسول الله ﷺ: «**إذا قتلتم فأحسنوا القتلة، وإذا ذبحتم فأحسنوا الذبحة، وليحدَّ أحدكم شفرته وليرح ذبيحته**» [رواه مسلم].

وكذلك أن يكون حريصًا على جودة منتجه وحسن تقديمه للغير.

* **القناعة:** من أهم أخلاق المتعاملين في البيع والأسواق القناعة بربح معقول معتدل لا شطط فيه؛ لأن الربح القليل يؤدي إلى انخفاض سعر السلعة وزيادة المبيعات في النهاية، يقول علي بن أبي طالب كرم الله وجهه وهو يمشي في الأسواق: «يا معشر التجار، خذوا الحق تسلموا، ولا تردوا قليل الربح فتحرموا كثيرة».

وقيل لعبد الرحمن بن عوف: ما سبب يسارك؟ قال: ثلاث: ما رددت ربحًا قط، ولا طلب مني حيوان فأخرت بيعه، ولا بعت بنسيئة».

وسمة القناعة تهم رجل البيع والتسويق المسلم؛ لأنها المظهر الحقيقي لخيريته ولسلوكه الطيب، متلمسًا ومستشعرًا قول رسول الله ﷺ: «**لا تحاسدوا، ولا تناجشوا، ولا تباغضوا، ولا تدابروا، ولا يبع**

بعضكم على بيع بعض، وكونوا عباد الله إخوانًا. المسلم أخو المسلم لا يظلمه ولا يخذله، ولا يحقره، التقوى ها هنا -ويشير إلى صدره ثلاث مرات- بحسب امرئ من الشر أن يحتقر أخاه المسلم. كل المسلم على المسلم حرام؛ دمه وماله وعرضه» [رواه مسلم].

التآخي:

ويتمثل في أن يتصرف الفرد مع الآخرين على أنهم أخوة له، ومن مظاهر الأخوة التعاون والإيثار والرحمة والعفو والتنفيس وقت الشدة، والتكامل عند العجز، والابتعاد عن كل ما يضر الناس، هذا السلوك هام جدا لرجل البيع والتسويق، وعليه أن يظهره ويثبته في كل سلوكياته وتعاملاته مع صاحب العمل والزملاء والمتعاملين معه في الأسواق، الكل أخوة له في الله، يحبهم في الله، يقول تعالى: **﴿وَاذْكُرُوا نِعْمَتَ اللهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءً فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا وَكُنْتُمْ عَلَى شَفَا حُفْرَةٍ مِّنَ النَّارِ فَأَنقَذَكُمْ مِّنْهَا﴾** [آل عمران: ١٠٣].

الحلم والهدوء:

سمة الحلم والهدوء وعدم الغضب من أهم متطلبات العمل في مجال البيع والتسويق؛ حتى لا ينفض الناس عنه ويشترون من غيره، فمن سلوكيات المسلم الحلم والثبات وعدم الغضب أمام المثيرات وكظم الغيظ، يقول الرسول ﷺ: **«إن بنى آدم خلقوا على طبقات شتى، وخيرهم بطئ الغضب سريع الفيء»** [رواه الترمذي].

عدم استخدام وسائل مؤثرة غير مشروعة، مثل:

- كثرة الأيمان والحلف.
- الاحتكار.
- الرشوة.
- جوائز ومسابقات وهدايا مغرية وغير صحيحة.

تجنب المنافسة غير المشروعة:



فالتجارة أباحها الإسلام وهي طريق الكسب المشروع، ولكن البائع المسلم الحريص على اتباع قواعد الكسب الصحيح عليه:

* ألا يبيع السلعة بأقل من سعر التكلفة لضرب المنافسة، فهذا غرض خبيث وعمل غير محمود. وفي موطأ الإمام مالك أن سعيد بن المسيب أن عمر بن الخطاب مر بحاطب بن أبي بلتعة وهو يبيع زبيبًا له بالسوق، فقال له عمر بن الخطاب: إما أن تزيد في السعر وإما أن ترفع من سوقنا»، وقيل في شرح الموطأ: إن معنى ذلك أن حاطبًا كان يبيع دون سعر الناس، فأمره عمر أن يلحق بسعر الناس أو يقوم من السوق؛ حيث لا ضرر ولا ضرار.

* ألا يطلق الشائعات الكاذبة على المنافسين ومنتجاتهم؛ وذلك لإخلاء السوق له، وهذا الأمر من أعظم الفري والإثم، يقول تعالى:

﴿وَمَنْ أَظْلَمُ مِمَّنِ افْتَرَى عَلَى اللهِ الْكَذِبَ﴾.

* التزام الصدق والبيان في عرض مواصفات المنتج أو السلعة: البيان والوضوح يجنب الأسواق الهزات العنيفة التي يكون سببها المعلومات المضللة والدعاية الكاذبة والخادعة، ولذا أوجب الإسلام الصدق والبيان في عرض المواصفات، وألا يخدع التاجر أو البائع جمهور المشترين بالكذب والتضليل، يقول الرسول ﷺ: **«المسلم أخو المسلم، لا يحل لمسلم باع من أخيه بيعًا وفيه عيب إلا بينه له»** (رواه ابن ماجه).

ويقول الرسول ﷺ: **«من باع عيبًا لم يبينه لم يزل في مقت الله ولم تزل الملائكة تلعنه»** رواه ابن ماجه.

وعن عبد الله بن مسعود أنه قال: «أشهد على الصادق المصدوق -أي القاسم ﷺ- أنه حدثنا قال: **«بيع المحفلات خلابه، ولا تحل الخلابة لمسلم»** رواه ابن ماجه.

والمحفلات: الدواب التي ترك أهلها حلبها قبل البيع لتظهر في السوق كثيرة اللبن.

والخلابة: الخديعة.

* * *

الكسب الحلال والقدوة الفاعلة



كل ما نبت من حرام فالنار أولى به

ماذا تريد؟

كسب كثير

عليك بالحلال.

ماذا تريد؟

مالا وفيرا

عليك بالحلال

أيا كان عملك وصناعتك.

قال رسول الله ﷺ «**لا تزول قدما عبد يوم القيامة حتى يُسأل عن عمره فيم أفناه، وعن علمه فيم فعل فيه، وعن ماله من أين اكتسبه وفيم أنفقه، وعن جسمه فيما أبلاه**».

وعن أبى هريرة رضي الله عنه عن النبي ﷺ قال: «**وثلاثة يشنوهم الله –أي يبغضهم– التاجر أو البياع الحلاف، والفقير المختال، والبخيل المنان**».

وعن علي بن أبي طالب –كرم الله وجهه– أنه قال: التاجر إذا

لم يكن فقيها ارتطم في الربا. يعني غرق في الربا ثم ارتطم ثم ارتطم.

وعن عمر بن الخطاب رضي الله عنه أنه قال: من لم يتفقه في الدين فلا يتجرن في أسواقنا.

وعن جابر رضي الله عنه أنه قال: قال رسول الله ﷺ: **«يا أيها الناس، إن أحدكم لن يموت حتى يستكمل رزقه، فلا تستبطئوا الرزق، فاتقوا الله وأجملوا في الطلب، فخذوا ما حل لكم وذروا ما حرم الله»**.

وسئل النبي ﷺ عن أطيب الكسب قال: **«عمل الرجل بيده، وكل بيع مبرور، الذي لا شبهة فيه ولا خيانة»**.

ولذا من أراد أن يكون كسبه طيبًا فعليه أن يحفظ خمسة أشياء:

الأول: أن لا يؤخر شيئًا من فرائض الله تعالى لأجل الكسب، ولا يدخل النقص فيها.

الثاني: لا يؤذي أحد من خلق الله تعالى لأجل الكسب.

الثالث: أن يقصد بكسبه استعفافًا لنفسه ولعياله، ولا يقصد به الجمع والكثرة.

الرابع: أن لا يجهد نفسه في الكسب جدا.

الخامس: أن لا يرى رزقه من الكسب ويرى الرزق من الله تعالى والكسب سببًا.

فإذا كنت تتحري الحلال فلك أن تتخذ قدوة لك في هذا.

يقول النبي ﷺ: طلب الحلال فريضة.

ويقول أيضًا: **«ما أكل أحد طعامًا قط خيرًا من أن يأكل من عمل يده، وإن نبي الله داود كان يأكل من عمل يده»** وفي حديث آخر: **«إن زكريا عليه السلام كان نجارًا»**.

وقال ابن عباس رضي الله عنهما: كان آدم عليه السلام حراثًا، ونوح نجارًا، وإدريس خياطًا، وإبراهيم ولوط زرّاعين، وصالح تاجرًا، وداود زرادًا، وموسى وشعيب ومحمد صلوات الله عليهم رعاة.

وكان لأبي بكر رضي الله عنه غلام يأتيه كل ليلة بغلته طعاما يأكله، وكان أبو بكر رضي الله عنه لا يأكله حتى يسأله من أين اكتسبه ومن أين أصابه.

قال: جاء ذات ليلة بطعام فضرب يده إليه، فأكل لقمة من غير أن يسأله.

فقال الغلام: قد كنت تسألني كل ليلة، غير هذه الليلة فإنك لم تسألني؟

قال: ويحك، الجوع حملني، ويحك أخبرني من أين جئت به؟

قال: كنت رقيت لأناس في الجاهلية، فوعدوني عليه عدة، فرأيت عندهم وليمة فذكرتهم وعدهم الذي وعدوني فأعطوني هذا الطعام.

فاسترجع أبو بكر رضي الله عنه عند ذلك، ثم أخذ يتقيأ فكابد وجاهد نفسه أن ينزع اللقمة من بطنه فلم يقدر حتى اخضر واسـود من الجهد فلم يقدر.

فلما رأوا ما يلقي من المعالجة، قالوا: لو شربت قدحًا من مـاء، فأتى بعس من ماء فشرب، ثم تقيأ فما زال يعالج نفسه حتى نبذها.

فقالوا: هذا من أجل هذه اللقمة؟

قال: إني سمعت رسول الله ﷺ يقول: «**إن الله تعالى حرم الجنـة على كل جسد تغذى أو غذي بحرام**».

وكان الإمام أبو حنيفة النعمان حريصًا علـى الكسـب الحـلال، وكـان يقـول: «**أفضل المال الكسب من الحلال، وأطيب ما يأكله المرء من عمل يده**».

وجاءته امرأة بثوب من الحرير تبيعه له، فقال كـم ثمنـه: قالـت مئة، فقال هو خير من مئة فقالت مئتين، فقال هو خير من ذلك حتى وصلت إلى أربع مئة، فقال: هو خير من ذلـك، قالـت: أتهـزأ بـي؟ فجاء رجل فاشتراه بخمسمائة.

وذات يوم أعطى شريكًا متاعًا وأعلمـه أن في ثـوب منـه عيبـا، وأوجب عليه أن يبين العيب عند بيعه، باع شريكه المتـاع ونسـي أن يبين ولم يعلم من الذي اشتراه، فلما علم أبـو حنيفـة تصـدق بـثمن المتاع كله.

- وكان عند يونس بن عبيد حلل مختلفة الأثمان؛ فضرب قيمة كل حلة منها أربعمائة، وضرب كل حلة قيمتها مائتان، فمر إلى الصلاة وخلف ابن أخيه في الدكان، فجاء أعرابي وطلب حلة بأربعمائة فعرض عليه من حلل المائتين، فاستحسنها ورضيها فاشتراها فمضى بها وهي على يديه فاستقبله يونس فعرف حلته، فقال للأعرابي: بكم اشتريت؟ فقال: بأربعمائة فقال: لا تساوي أكثر من مائتين، فارجع حتى تردها، فقال: هذه تساوي في بلدنا خمسمائة وأنا أرتضيها، فقال له يونس: انصرف فإن النصح في الدين خير من الدنيا بما فيها، ثم رده إلى الدكان ورد عليه مائتي درهم، وخاصم ابن أخيه في ذلك وقاتله، وقال: أما استحييت؟ أما اتقيت الله؟ تربح مثل الثمن وتترك النصح للمسلمين، فقال: والله ما أخذها إلا وهو راض بها، قال: فهلا رضيت له بما ترضاه لنفسك.

- اشترى السري السقطي لوزا بستين دينارًا وكتب لديه في السجلات أن ربحه ثلاثة دنانير، وكأنه رأى أن يربح على العشرة نصف دينار، فصار اللوز بتسعين، فأتاه الدلال وطلب اللوز فقال: خذه، قال: كم، فقال: بثلاثة وستين، فقال الدلال وكان من الصالحين: فقد صار اللوز بتسعين، فقال السري: قد عقدت عقدًا لا أحله، لست أبيعه إلا بثلاثة وستين، فقال الدلال: وأنا عقدت بيني وبين الله أن لا أغش مسلمًا لست آخذ منك إلا بتسعين، فلا الدلال اشترى منه ولا السري باعه له.

- روى أن محمد بن المنكدر كان له شقق (متاع) بعضها بخمسة وبعضها بعشرة، فباع غلامه في غيبته شقة من الخمسيات بعشرة، فلما عرف لم يزل يطلب ذلك الأعرابي المشتري طول النهار حتى وجده، فقال له: إن الغلام قد غلط فباعك ما يساوي خمسة بعشرة، فقال: يا هذا قد رضيت، فقال: وإن رضيت فإنا لا نرضى لك إلا ما نرضاه لأنفسنا، فاختر إحدى ثلاث خصال: إما إن تأخذ شقة من العشريات بدراهمك، وإما أن نرد عليك خمسة، وإما أن ترد شقتنا وتأخذ دراهمك، فقال: أعطني خمسة، فرد عليه خمسة، وانصرف الأعرابي يسأل ويقول: من هذا الشيخ؟ فقيل له: هذا محمد بن المنكدر، فقال: لا إله إلا الله، هذا الذي نستسقي به في البوادي إذا قحطنا.

هذا إذا كنت تبحث عنه قدوة لك في الكسب

أما أنت فيجب أن تكون قدوة لغيرك في هذا أيضًا، لماذا؟ لأن سنن الله في خلقه جرت على أن تكون العين أوسع من الأذنين في نفاذ الحق منهما إلى القلب؛ ولأن ثقة القلب في العينين أوثق من الأذنين؛ فالقلب يتلقى من العينين دون مناقشة، لكنه يتوقف لما يصله عن طريق الأذنين حتى يتثبت عن طريق العينين.

فالقدوة الفاعلة لا يساويها شيء في حسن التأثير؛ فالكلام والبراعة فيه صنعة سهلة يجيدها الخيرون والكاذبون على السواء،

ولذا فيجب أن تتعهد نفسك بالتدريب والتهذيب لتصل بفعلك للآخرين، وهذا التدريب والتهذيب يجب أن يشمل:

- الاستعداد للأخذ بالعزيمة.
- البعد عن الرخص.
- الشوق إلى التضحية والبذل.

لماذا كل هذا؟

لأنك إمام لمن حولك، يقتدون بك ويتأثرون بفعالك في كل نواحي الكسب.

ولأن

- المثال الحي يثير في نفس البصير العاقل قدرًا كبيرًا من الاستحسان والإعجاب والتقدير والمحبة، ومع هذه الأمور تتهيج دوافع الغيرة لديه، فإن كان لديه في نفسه ميل إلى الخير وليس به عقبات تصده عن ذلك أخذ يحاول تقليد ما استحسن وأعجب به بما تولد لديه من حوافز قوية تحفزه لأن يعمل مثله.

- القدوة الفاعلة المتحلية بالفضائل الممتازة تعطي الآخرين قناعة بأن بلوغ هذه الفضائل من الأمور الممكنة التي هي في متناول القدرات الإنسانية، وشاهد الحال أقوى من شاهد المقال.

- مستويات الفهم للكلام عند الناس تتفاوت، ولكن الجميع يتساوى أمام الرؤية بالعين المجردة لمثال حي، فذلك أيسر في إيصال المفاهيم والمعاني التي تريد إيصالها أنت للغير.

ولذا ضع في معيتك أن:

- الإسلام لزمنا أولا أن تكون غاياتنا شريفة.

- غاية المسلم في حياته هي عبادة الله سبحانه وتعالى.

- جمع المال ليس غاية في حد ذاته للمسلم، ولكنه وسيلة لطاعة الله، فقد قال رسول الله ﷺ «**يا عمرو، نِعْم المال الصالح للمرء الصالح**» رواه أحمد.

- أمام المسلم طريق واحد لكسب المال وهو طريق الكسب الحلال، وحرم ما دون ذلك من الطرق الحرام، وأيضًا الوسائل الحرام له مثل: الكذب والنفاق والغش والخديعة.

- نحن كمسلمين نتعامل مع الناس بما أمرنا الله به لا بمثل ما يعاملوننا هم به.

- لا يجوز لمسلم أن يتكسب بالخديعة وتصيد الأخطاء حتى لو كان المنافسون يفعلون ذلك، وأيضًا ليس له أن يذل نفسه لكي يصل إلى غاية ينشدها مهما كانت الغاية، فقد قال الرسول ﷺ «**لا ينبغي لمؤمن أن يذل نفسه**» رواه أحمد والترمذي.

مشاعر وأحاسيس وكلمات وأفعال مطلوبة



نعم مطلوب أن تحدد مشاعرك وتقوى أحاسيسك

نعم مطلوب أن تردد الكلمات لتصل إلى حد الأفعال

نعم مطلوب كل هذا لضمان التحرك للوصول إلى القـدرة على الكسب

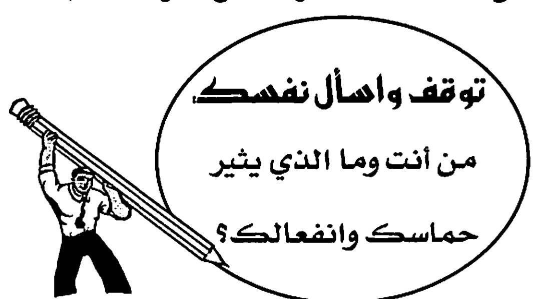
نعم مطلوب:

- حماسك للحياة
- النظرة السليمة للأشياء.
- أن تقدم الجديد.
- أن تتحلى بصفات الشخصية المنجزة.
- أن تفكر وتخطط إستراتيجيًا.

***

حماسك للحياة

- بماذا أنت شغوف؟
- بماذا أنت مولع في حياتك (أشياء و/ أو أشخاص)؟
- ماذا تحب؟ وإلام تسعى؟
- هل لديك طاقة مرتفعة تريد أن تنفع بها الناس ومن حولك وأنت منهم؟
- هل تقدر الأمور والظروف تقديرًا سليمًا؟
- هل تتعامل مع الآخرين بمودة وثقة؟
- هل تقبل على الحياة بانشراح ومرح وفرح؟
- هل تتعلق بالأمل وتخطط للمستقبل؟
- هل تواجه المشكلات بمرونة وتعمل على حلها؟
- هل توظف إرادتك أمام الصعاب التي تواجهك في الكسب؟
- هل لا تميل إلى استعادة ما يؤلمك من ذكريات سابقة؟



أنت تحتاج إلى:

- السعي وراء الأشياء الباعثة على المرح والبهجة والترويح والابتسام والضحك.
- التنقل بين اهتمامات شتى، والبعد عن روتين الحياة الساكن الساكت.
- التعبير عما يجول في داخلك وخاطرك بحرية.
- التمتع بدرجة عالية من النشاط البدني والذهني المتواصل.
- المخاطرة حتى وإن تعرضت للهزيمة مرات؛ فالإجابة الوحيدة على هذه الهزائم هي: الانتصار.
- الإيمان بشيء وتطلبه بشدة حتى يصبح حقيقة.
- الحلم بالأشياء التي تريد أن تفعلها والتي تريد أن تحققها، احلم بالأشياء التي تريد امتلاكها، وكلما كانت أحلامك كبيرة كلما كانت نجاحاتك أكبر، احلم بالشيء، ثم أبذل قصارى جهدك لتحقيق هذا الحلم.
- الراحة عندما يخبرك جسدك بذلك.
- البعد عن الخوف وأعراضه الستة وهي: اللامبالاة والشك والقلق، والمبالغة في الحرص، والتسويف والمماطلة.

- اتباع حلمك الخاص وليس اتباع حلم شخص آخر.
- معرفة الفرق بين الحماسة واللهفة، فالحماسة هي التي تضمن لأعمالك أقصى إمكانيات الأداء وبدونها لا يمكن أن يتم عمل عظيم أو عمل ناجح ذو شأن، فالحماسة هي الشعلة الدائمة.
- معرفة أن المرور بفترات صعبة في الحياة (مهنيًا، ماديا، اجتماعيا، عائليا، صحيا،...) أمر طبيعي؛ لأن الحياة فيها فصول أربعة لا نستطيع أن نلغي الخريف أو الشتاء أو الصيف الحار، وعلينا أن نتحمل أو أن ننسحب.
- تعرف أن المصباح حتى يستمر في الإضاءة يجب أن تضع زيتًا به باستمرار، اشحن نفسك وزودها بالوقود، ولكن ما هو وقودك؟ هل..
  - تحقيق المستحيل.
  - العاطفة.
  - المرح والفرح.
  - العلم والتعلم.
- تعرف أن أكثر حالات الإفلاس خطورة عندما يفقد الإنسان حماسته ورغبته.

- البداية هي أصعب جزء في أي عمل.

اجعل لك مثلا وقدوة في رسول الله ﷺ... في غزوة الأحزاب وهو جائع ومعه صحابته حين قالوا له: هذه كدية عرضت في الخندق، فقال: أنا نازل، ثم قام وبطنه معصوب بحجر – وكان لهم ثلاثة ليال لا يذوقون طعامًا – حتى جاء فأخذ المعول وقال: بسم الله، ثم ضرب ضربة وقال: الله أكبر، أعطيت مفاتيح الشام، والله إني لأنظر قصورها الحمر الساعة، ثم ضرب الثانية وقال: الله أكبر، أعطيت فارس والله إني لأبصر قصر المدائن الأبيض الآن، ثم ضرب الثالثة فقال: بسم الله، فقطع بقية الحجر فقال الله أكبر، أعطيت مفاتيح اليمن، والله إني لأبصر أبواب صنعاء من مكاني.

أرأيت؟!

- حصار عسكري للجند وللمدينة وما حولها.
- جوع وبطون معصوبة بالحجارة.
- رعب من أحزاب العرب للقضاء على الدولة الناشئة.

ولكن أمل مع كل ذلك في فتح:

الشام وفارس وصنعاء!

وتخيل لو كان التفكير على غير ذلك الوجه وكان داخلك:

- شخصية عاجزة عن الاندماج والتفاعل مع من حولك.
- الميل إلى تهويل الأمور أكثر مما ينبغي.
- عدم استطاعة مواجهة المشكلات.
- محاولة دائمة لاسترجاع ما يؤلمك من ذكريات وأحداث.
- لا تحب المرح والتفاؤل.
- لا تعتقد في الإرادة والعزيمة بل تؤمن بالحظ والنصيب.
- قدرة ضعيفة على تحمل الإحباطات.
- عدم ثقة في الآخرين وتعاملهم بشك وخوف.
- توقع الأذى الدائم من الآخرين.
- المستقبل لك مظلم.

ماذا ستحقق؟ لا شيء، فالحياة عندك كئيبة لا شيء بها.

عد بذهنك إلى كل النماذج الناجحة، وستجدها تميل إلى الحماس للحياة، ستجدهم:

- شغوفين بالتعلم واكتساب المعرفة وتجربة الأشياء الجديدة باستمرار.

- لديهم اهتمامات وأنشطة متنوعة.
- يعملون في مجموعات متنوعة من الأعمال في أثناء اليوم، ويتنقلون من واحد لآخر تبعًا لحالتهم المزاجية واهتماماتهم.
- على استعداد لتجربة مجالات سعي ونشاط جديدة، وتجربة وتعلم مهارات جديدة، وأن يصبحوا مبتدئين غير ماهرين في شيء ما.
- يؤمنون بقيمة اللعب والمرح للاستمتاع بالحياة، وعندها سيكون لديهم الجديد والمبتكر نتيجة التزود بالوقود.

وما بالك بأفعال الصحابة في اللعب والمرح وعندما ينادي المنادي: حي على الجهاد كانوا رجالا، فهذا..

* ما أخرجه ا لبخاري في الأدب: عن بكر بن عبد الله قال: كان أصحاب النبي ﷺ يتبادحون (أي يترامون) بالبطيخ، فإذا كانت الحقائق كانوا هم الرجال.

وذكر الهيثمي عن قرة قال: قلت لابن سيرين: هل كانوا يتمازحون؟ قال: ما كانوا إلا كالناس.

* ما أخرجه ابن عبد البر في الاستيعاب عن ربيعة بن عثمان رضي الله عنه قال: جاء أعرابي إلى النبي ﷺ فدخل المسجد وأناخ ناقته بفنائه، فقال بعض أصحاب النبي ﷺ لنعيمان بن

عمرو الأنصاري (مضحك النبي) رضي الله عنه، وكان يقال له النعيمان: لو نحرتها فأكلناها، فإنا قد قرمنا (شدة الشهوة إلى اللحم) إلى اللحم، ويغرم رسول الله ﷺ ثمنها، قال: فنحرها النعيمان، ثم خرج الأعرابي فرأى راحلته، فصاح: واعقراه يا محمد! فخرج النبي ﷺ فقال: «**من فعل هذا؟**»، قالوا: النعيمان، فاتبعه يسأل عنه فوجده في دار ضُباعة بنت الزبير بن عبد المطلب – رضي الله عنهما- قد اختفى في خندق وجعل عليه الجريد والسعف، فأشار إليه رجل ورفع صوته يقول: ما رأيته يا رسول الله، وأشار بإصبعه حيث هو، فأخرجه الرسول ﷺ وقد تغير وجهه بالسعف الذي سقط عليه، فقال له: «**ما حملك على ما صنعت؟**» قال: الذين دلوك عليَّ يا رسول الله، هم الذين أمروني، فقال: فجعل رسول الله ﷺ يمسح عن وجهه ويضحك، قال: ثم غرمها رسول الله ﷺ.

كانوا رجالا يعيشون بالإيمان والأمل والحب والكفاح، يقدرون قيمة الحياة والحماس لها.

النظرة السليمة للأشياء:

«الشيء الوحيد الذي يميز بين شخص وآخر هو النظرة السليمة تجاه الأشياء»، هكذا قالها غاندي الحكيم الهندي.

ما الذي تمر به؟ مشكلة، أيًا كانت عليك بـ:

١- معرفة المشكلة وهي: وجود فجوة بين الوضع القائم والوضع المرغوب أو المخطط أو ... قد تكون انحرافا عن الأهداف المطلوب تحقيقها أو ... قد تكون مجموعة من الصعوبات التي تمنع الوصول إلى هدف معين، ويلزم لك عنصران حتى تدرك أن هناك مشكلة:



الأول: ما يجب أن يكون أو المعيار الرقابي.

الثاني: ما هو كائن أو قياس للأداء.

٢- تحديد المشكلة: ما الذي تريد أن تغيره.

٣- تحليل المشكلة: ما الذي يحول بينك وبين تحقيق الوضع المرغوب والمأمول، لا بد من توثيق السبب (الأسباب) وترتيبها مع ملاحظة أن التشخيص الجيد للمشكلة = نصف الحل.

٤- توليد الحلول المحتملة: كيف يمكنك إحداث التغيير (العديد من الأفكار عن كيفية حل المشكلة.

٥- اختيار وتخطيط الحل: ما هي أفضل طريقة لتنفيذ الحل؟

٦- تنفيذ الحل: هل تسير طبقًا لخطة موضوعة أم بفوضى شاملة؟

٧- تقييم الحل: كيف يسير حل المشكلة وفاعلية هذا الحل؟

ثم: من أنت عندما تقوم بالنظر للمشكلة؟

هل أنت..

- تكره المشاكل الجديدة إلا لو وجدت طرق نمطية لحلها؟
- تفضل استخدام مهارات مكتسبة أكثر من دراسة طرق جديدة؟
- تتعامل مع حقائق طوال الوقت وليس مع تصورات أو مع إمكانيات أو احتمالات ممكنة؟
- صبور عندما تتعقد التفاصيل؟
- لا تثق في الإلهام؟

أنت هنا تنظر للمشكلة وتتعامل معها بالإحساس (الحدس).

هل أنت..

- تعتمد في النظر إلى المشكلة على الإمكانيات أكثر من الواقع؟
- تحب المشكلات الجديدة وتكره العمل المكرر؟
- غير صبور مع التفاصيل الروتينية ومع الأشخاص الذين لا يرون قيمة لأفكارهم؟
- تعتمد على اختلاف الحلول والبدائل، وتستبعد أو تنبذ الأحكام غير العملية؟

أنت هنا تنظر للمشكلة وتتعامل معها بالبديهية.

هل أنت..

- تميل إلى التعامل مع المشكلة من جانب مشاعر الآخرين؟.
- تميل إلى التوافق مع المدح وتكره الأشياء غير السارة وتتعاطف مع غالبين الناس؟
- تنعم بإسعاد الآخرين حتى لو كانوا غير مهمين؟
- تكره التعامل مع المشكلة التي تؤدي إلى أشياء غير سارة للآخرين؟
- تركز على العوامل العاطفية والشخصية، وتتجنب المشكلات التي تؤدي إلى نتائج غير متفق عليها، وقد تغير موقفك إلى آخر أكثر قبولا؛ وذلك للاحتفاظ بصداقة الآخرين؟.

أنت هنا تنظر للمشكلة وتتعامل معها بالعاطفة والتعاطف.

هل أنت..

- لا ترتاح إلا إذا كان هناك أساس منطقي أو تحليلي للأمور؟.
- غير عاطفي ولا تهتم بشعور الآخرين ولا تنظر للاعتبارات الشخصية؟.

- تفضل اختيار البدائل المتاحة بعناية قبل اتخاذ قرار ما؟.
- تعمل خطة أو بحث ومن خلالها تحاول حل المشكلة؟.
- تدرك تمامًا اتجاه المشكلة وتباشر وتتابع تنفيذ حلولها؟.
- تود دائمًا الحصول على معلومات إضافية عن المشكلة وحلولها؟.

انت هنا تنظر للمشكلة وتتعامل معها كمفكر.

هل أنت..

- تنشئ قواعد سليمة وتعليمات تعطي استقرارًا للعمل؟.
- قراراتك تشمل تفسيرات دقيقة للوقائع والأشخاص؟.
- تحتفظ بنظام للعمل وتقرر المواقف والمشكلات؟.
- تسير على الحقائق، ولديك كفاءة في إدارة الاجتماعات؟.
- تفضل التعامل مع الأشخاص الذين يتعرضون مباشرة إلى المشكلة؟.

- تكافئ الأشخاص الذين يحققون أهدافا مقاسة؟.
- ليس لديك صبر في حالة تأخر معلومات عن المشكلة؟.
- تحافظ على القواعد والإجراءات بصورة فجّة وغير مرغوبة.
- علاقاتك مع الآخرين متوترة؟
- لا تلحظ المتغيرات الجديدة في جوانب المشكلة؟.

أنت هنا تنظر للمشكلة وتتعامل معها كمفكر حساس.

هل أنت..

- تهتم بالمبادئ التي أسس عليها العمل (مهندس للتنمية والأفكار)؟.
- تركز على الإمكانيات وتحللها تحليلاً غير شخصي؟.
- ترى أن العلاقات المستقلة تقود إلى رؤية الأحداث بطريقة أفضل؟.
- تحلل مباشرة أسس القوة؟.
- تحدد كيفية العمل الفعلي للأشياء؟.
- نابه ومجدد في المسائل الإدارية والفنية؟.

- تؤدي بصبر نفس الواجبات المكررة؟.
- تفضل التعامل مع من يحتفظون بالتفاصيل؟.
- تستجيب لأفكار الآخرين بسرعة إذا كانت جيدة؟.
- لا تقلل من إسهامات الآخرين في إنجاز العمل؟.
- تركز على المبادئ دون اعتبار لشعور الآخرين؟.
- تتوقع معاملة كبيرة لذاتك ونفسك من الآخرين؟.
- لا تحتمل أخطاء الآخرين بعد أخذ قرار ما؟.

أنت هنا تنظر للمشكلة وتتعامل معها كمفكر بديهي.

ولكن ماذا تريد أنت ؟

إذا كنت تريد:

- التمسك بالقيم، فهذا يناسب الشخص المفكر البديهي.
- الإنتاجية من خلال الأفراد، فهذا يناسب الشخص العاطفي.
- احتواء المشكلات الصغيرة قبل أن تصبح كبيرة، فهذا يناسب الشخص العاطفي الحساس.
- كسر قواعد النظام والإجراءات، فهذا يناسب الشخص العاطفي الحساس.
- المحافظة على الاستقلال والقيادة، فهذا يناسب البديهي.

- المحافظة على النظام المنهجي في حل أي مشكلة صغيرة كانت أم كبيرة فهذا يناسب الشخص المفكر.
- الإحساس بالذات ومعاملة نرجسية تعتمد على المظهرية، فهذا يناسب الشخص البديهي.
- القرب من العملاء من خلال فهم احتياجاتهم من جودة وخدمات، بالإضافة إلى الاستماع للأفكار الخاصة بالعملاء عن إنتاج منتجات جديدة تتلاءم مع احتياجاتهم، فهذا يناسب الشخص العاطفي.

والآن

- تعرف على المشكلة وحدد الهدف.
- حدد موعدا لحل المشكلة أو لتحقيق الهدف.
- تصور المشكلة وقد تم حلها، أو الهدف وقد تحقق.
- تخطّ الحدود التي عليك أن تتخطاها عند كل مرحلة في حل المشكلة.
- سر على الخطوات التي تم وضعها للوصول للحل أو لتحقيق الهدف.

كن جديدًا: حتى تصل إلى أحلامك يجب أن تبعد عن التقاليد بأميال وأميال، والشيء الجديد هو دائمًا أساس النجاح.

والجديد يكمن في: استخدام جديد.

- طريقة جديدة.
- منفعة جيدة.

وهذا ضروري لك لضمان الكسب لماذا؟ لأن..

- السوق تتغير.
- العميل يتطلع.
- العامل يطالب.
- المؤسسة أو الشركة إما تواجه التحدي أو تخرج عن المنافسة تمامًا.

فإن لم تكن جديدًا فسوف تحصل على فتات السوق (إن وجدته من الأصل).

ولكن تسبقك أفكار قاتلة تحبط من عزمك وتحديك فقد تجد أنك:

- خائف من الفشل.
- لا تثق في نفسك.
- تدعي نقص الخبرة وقلة المعرفة.
- يائس، عديم الطموح.

- تنتظر حتى تحصل على التحليل ودراسة السوق.
- تعقد اجتماعات مطولة للبحث في مزايا فكرتك أو أفكارك.
- تبالغ في التكاليف إيثارًا للسلامة فحسب.
- لا تحصل على آراء شركائك (قد يكون شريكا في التفكير، مثل زوجتك أو أخيك...).
- وصلت إلى الفكرة الوحيدة التي استطعت أن تصل إليها.
- متشائم، تنعدم داخلك روح الإقدام والمبادرة.
- تتراجع في كل أمر وتنسحب بدون مبرر واضح أو قوي.
- خائف من الجديد.
- تعيش في قالب ذهني روتيني لا ترغب في التخلي عنه.

كل ما سبق أو أقل يدفع بك نحو الكآبة والعيش في صناديق النفايات البشرية، مثل أي فرد لا وزن له ولا قيمة.

فكر في جديد تقدمه تكتسب من خلاله الكسب الحلال والرضا الذاتي عن نفسك وعن إسلامك، فكر في كل وقت في الجديد.

فكر في أثناء أداء أي عمل تقوم به.

فكر في أثناء ركوبك وسائل المواصلات المتعبة منها قبل المريحة.

فكر في أثناء أدائك لبعض التمارين الرياضية.

فكر في أثناء القراءة حتى الجرائد اليومية.

فكر في أثناء أداء عمل ممل.

فكر في أثناء النوم واليقظة.

فكر في أثناء الاستحمام والانتظار لأي شيء (عند طبيب أو وسيلة مواصلات...).

فكر بدون نهاية وبلا حدود.

وفي أثناء تفكيرك هذا:

- ثق بنفسك وقدراتك الممنوحة لك من الخالق.
- تخلص من القوالب الذهنية الثابتة واخرج من صندوقها العتيق.
- اصغِ لكل الناس وباهتمام.
- لا تخش أن تكون أفكارك سخيفة.
- لا تحسب تكاليف تنفيذ أفكارك، فيمكنك التفكير مرة أخرى في تخفيضها.
- لا تتخيل نفسك وأنت تفشل.
- لا تتكلم إلا مع المتميزين النابهين، وابتعد عن المتشائمين القلقين.
- انسَ تجارب الماضي الفاشلة.

- لا تبخس أية فكرة مهما كانت تافهة.

- لا تخطئ الخطأ مرتين، وتعلم من أخطائك.

- تذكر عدم اليأس ولا تقلق بالنسبة لآراء الآخرين فيك، فكر في أن «توماس أديسون» أجرى ٩٩٩٩ تجربة قبل نجاحه في اختراع المصباح الكهربائي، وكان الناس يضحكون عليه، ومع ذلك لم يتوقف عن محاولاته الفاشلة حتى نجح.

ولا تنس أن تدعم تفكيرك بسير ذاتية للموهوبين الدافعين حماسك للأمام.

- ارجع إلى سيرة «كونار هيلتون» صاحب أول سلاسل فندقية، وكيف استطاع أن يجمع بين الحد الأدنى والحد الأقصى، وأن يجمع بين الضيافة عالية المستوى والتكاليف المنخفضة، وقد استطاع أن يحقق ذلك التوفير بالمعدات والأجهزة والمواد والمأكولات المميزة.

- عد إلى سيرة «بيل جيتس»؛ ذلك الذي بدأ تأسيس أول شركة له وهو لا يزال في الصف الإعدادي بمدينة سياتل، وعندما بلغ الحادية والثلاثين من عمره كان قد أصبح أصغر بليونير في تاريخ الولايات المتحدة الأمريكية، وكيف أنه يمتلك شركة بلا أي ديون ولديها أرصدة تبلغ عدة بلايين من الدولارات في البنوك، ومع هذا

فهو يرفض الاسترخاء ليواصل المزيد من القدرة على الكسب.

- ادرس سيرة «عبد الرحمن بن عوف»، وكيف هاجر وعُذب من الحبشة ثم للمدينة وعندما آخى الرسول ﷺ بينه وبين سعد بن الربيع الأنصاري رضي الله عنه، فقال له الأخير: أي أخي.. أنا أكثر أهل المدينة مالاً وعندي بُستانان ولي امرأتان، فانظر أي بُستاني أحب إليك حتى أخرج لك عنه، وأي امرأتي أرضى عندك حتى أطلقها لك»، فقال له عبد الرحمن: بارك الله لك في أهلك ومالك، ولكن دلني على السوق، فدله عليه فجعل يتجر وطفق يشتري ويبيع ويربح ويدخر حتى قال: فأقبلت الدنيا عليَّ حتى رأيتني لو رفعت حجرًا لتوقعت أن أجد تحته ذهبًا أو فضة.

ولما حضرته الوفاة أعتق خلقًا كثيرًا من مماليكه، وأوصى لكل رجل بقى من أهل «بدر» بأربعمائة دينار ذهبًا، فأخذوها جميعًا وكان عددهم مائة وأوصى لكل واحدة من أمهات المؤمنين بمال جزيل، حتى إن أم المؤمنين عائشة -رضي الله عنها- كثيرًا ما كانت تدعو له فتقول: سقاه الله من ماء السلسبيل.

ثم إنه بعد ذلك كله خلف لورثته مالاً لا يكاد يحصيه العد؛ حيث ترك ألف بعير ومائة فرس وثلاثة الآف شاة وكانت نساؤه أربعًا فبلغ ربع الثمن الذي خص كل واحدة منهن ثمانين ألفًا وترك من الذهب والفضة ما قُسم بين ورثته بالفؤوس حتى تأثرت أيدي الرجال من تقطعيه.

نحن نريد عقلية قادرة على أن تأتي بالجديد غير المألوف.

نحن نريد عقلية تنظر إلى المألوف من زاوية غير مألوفة.

نحن نريد عقلية مرنة، تحترم الخيال وتستثمره، وتحترم كذلك الجهد وتستثمره؛ وذلك من أجل تطوير فكرة قديمة أو صناعة فكرة جديدة مهما كانت صغيرة.

نحن نريد عقلية تريد النجاح من خلال:

- الالتزام بالتعهدات.
- احترام غيره من المتفوقين والسعي للتعلم منهم.
- تعرف متى المواجهة ومتى تقبل الحلول الوسط إلى حين.
- لا تتهيب كثيرًا من الإخفاق أو الخسارة.
- دؤوبة في عملها وتوفر الوقت.
- توضح الأمور وتفسرها.
- البحث عن سبل أفضل للكسب.
- ديمومة البحث والتنقيب وحب الاستطلاع.

ولا نريد عقلية فاشلة:

- تطلق الوعود جزافًا.
- تدور حول المشكلة ولا تواجهها.
- تمقت الناجحين وتترصد مثالبهم.

- ترضي بالحلول الوسط في الأمور الأساسية، وتواجه في الأمور الفرعية التي لا تستحق المواجهة.

- لا تهتم إلا بما يحيط بالحيز الضيق حولها فقط.

- تبتهج بأن هناك من هم أسوأ منهم حالاً بكثير.

- تتحرك بسرعتين فقط: سرعة جنونية وأخرى بطيئة جدا.

- إما خانعة أو مستبدة.

- بليدة ومثبطة للعزائم.

قرر الآن: ما هو الجديد الذي ستقدمه، وفي أي مجال، وقرارك الذي ستختاره هو الذي سيضيء لك الطريق لحياة أفضل ﴿إِنَّ اللَّهَ لاَ يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ﴾.

الشـــخصية المنجزة:

في نهاية كل مطاف، ما تفكر به وما تعرفه وما تعتقـده لا يـؤثر كثيرًا، والتأثير الكثير يأتي فقط مما تفعله. كل واحد منـا قـادر علـى إنجاز ما يتخيل، ولكن ماذا يحدث له؟ لا ينجز الكـثير، بينمـا أمامـه أناس آخرون ينجزون أكثر منه بكثير ويحصلون على الكسب الـذي يرغبونه، لماذا؟ لأنهم:

- يرغبون في الإنجاز ويطمحون إليه، فهم أصحاب شخصية:

- تهتم أكثر بإحراز النجاح عن اهتمامها بتجنب الفشل.
- تحلل بعناية احتمالات النجاح.
- تثقل نفسها بالعمل وتتفـانى فيـه، وينجـزون أعمـالاً أكثـر وأكثر فلا يتنافس معها أحد.
- تتصارع لتحقيق الكثير والكثير في زمن أقل وأقل.
- تكره أن تصبح متعطلة أو بدون عمل.
- لديها شعور متأصل ودائم بضغط الوقت ومصارعة الـزمن لإنجاز العمل.
- لا تصبر على من يحاولون أن يثبطوا همتها.
- تقوم بحـل المشـكلات ولا تكتفـي بمجـرد الشـعور بـالقلق نحوها.

- يهتمون بالتغذية المرتدة لمعرفة ما إذا كانوا قد نجحوا أو فشلوا من خلال:

الأرباح، زيادة المبيعات، نقص الشكاوى من العملاء، زيادة الإنتاجية،....

- لديهم الالتزام والانضباط: وليس هذا يعني الحرمان من الاستمتاع بالحياة، ولكن الحقيقة عكس ذلك؛ فالانضباط لهم هو المدخل الوحيد للحرية، فهو يعني اختيار الطريق والسير بالاتجاه الصحيح الذي اختاروه بملء إرادتهم.

- لديهم التخطيط وتحديد الأهداف: فهم دائمًا يفكرون في المستقبل ويستمدون طاقتهم من الأمل في النجاح وإنجازات المستقبل من خلال رسم طرق تنفيذ هذه الأهداف، كما أن احتمالات الفشل لديهم أو الخوف منه ضئيلة جدا.

- لديهم استثمار للملكات والمواهب: فالمنجزون يستخدمون ما وهبهم الله من أوقات وطاقات ومواهب، ويركزون جهودهم على الخطوات الرئيسية والأنشطة الأكثر أهمية، ويفضلون تأجيل بعض المتع، وينتظرون النتائج بعيدة المدى، ولا يستعجلون النجاح ولا يسرقون النتائج، ولا يسلقون المهام، يعطون لكل شيء حقه ويخصصون لكل عمل وقته.

- يتمتعون بشخصية مبادرة وقوية: فهم أصحاب استقلالية،

ويبادرون بالحدث والعمل دون دافع من الآخرين، فلا يحتاجون أي شخص – أيًا كان وضعه لديهم – لدفعهم ودعمهم؛ لأن ذلك ينتقص من إحساسهم بالإنجاز الشخصي، وبقيمتهم وجهدهم الذي هو مصدر سعادتهم.

– يعتقدون بأن شخصًا واحدًا يمكنه أن يصنع الفرق: فهم يتحكمون في حياتهم بأنفسهم ولا يقعون تحت تأثير أفراد آخرين أو أشياء أخرى خارج نطاق تحكمهم وسيطرتهم؛ فهم يمتلكون ضبطا وتحكما داخليا وهم يخططون للعمل، ويعملون بجد لتحقيق الأهداف؛ لأنهم يؤمنون بأن شخصًا واحدًا يمكنه أن يغير الأمور ويصنع الفرق.

– أصحاب لمشروعاتهم: فهم يفضلون العمل بحرية بعيدًا عن أوامر الرؤساء الذين يطلبون منهم أن يفعلوا كذا أو كذا، ويبتعدون عن المجموعات التي تضع القيود على تصرفاتهم، ويرون أن العمل الجاد والجيد يتحقق عندما يضع العاملون فيه أهدافهم بأنفسهم ويستميتون من أجل تحقيق هذه الأهداف، كما يرونها أي في مشروعاتهم هم.

– يهيئون الظروف: المتميزون يخلقون مناخهم بأنفسهم، يهتمون بصناعة الفرص ولا ينتظرونها، ويبقون جاهزين هم وأدواتهم للعمل في أي وقت.

خطوتك الأولى للوصول إلى الشخصية المنجزة تكمن في تحديد الاتجاه الصحيح لك، وهناك اتجاه واحد فقط يجب أن تسير فيه: إما إلى الإمام أو إلى الخلف.

فكر وخطط إستراتيجيًا:

التفكير الإستراتيجي: هو المعرفة التي يجب أن تتوفر داخلك لتحديد الفرص والتهديدات والمستقبل وتأمين التعامل معها بشكل دائم.



والإستراتيجية: هي تحديد الأهداف والغايات طويلة الأجل لمشروعك التجاري أو الصناعي إلى جانب تحديد اتجاهات العمل، وتخصيص الموارد اللازمة لتنفيذ هذه الأهداف والغايات؛ أي هي التي تحدد الوضع الذي يجب أن تكون عليه شركتك أو مشروعك القادم أو الحالي.

- الاهتمام الأول سيكون بالميزة التنافسية؛ فالهدف الأول والأوحد للتفكير والتخطيط الإستراتيجي هو مساعدة مشروعك في التغلب على منافسيه والتفوق عليهم.

والإستراتيجية الناجحة لك هي التي تقوم على أربعة خصائص أساسية هي:

١- الأهداف البسيطة طويلة الأجل الواضحة.

٢- تحليل البيئة التنافسية.

٣- التقييم الموضوعي للموارد.

٤- التنفيذ الصحيح والمؤثر للإستراتيجية، ويتطلب توفر السيطرة والقيادة من خلال نظم يسير عليها العمل تضمن الالتزام والتنسيق من جانب العاملين كافة بالإضافة إلى تعبئة الموارد اللازمة لتحقيق هذه الإستراتيجية.

والسؤال الآن سؤال أساسي يجب أن تسأله لنفسك: كيف يمكنك تحقيق المكاسب والأرباح؟

وبالتالي:

- ما هو نوع النشاط الذي يجب أن يمارسه مشروعك أو الذي ينبغي عليك أن تمارسه؟
- كيف تحقق مستوى المنافسة المطلوبة في النشاط الذي تقوم به، أو كيف ينبغي لمشروعك أن ينافس المشروعات الأخرى؟

والآن: هل اخترت مشروعك، أيا كان نوعه: شركة، مصنع، محل بيع سندوتشات،.... إلخ.

أبدأ بـ

أ- تحليل المجال الصناعي والتجاري وحجم المنافسة به من خلال:

- معرفة مزايا المشروع الذي اخترته، وبالطبع حجم المكاسب

والأرباح التي يمكن أن تحصل عليها.

- معرفة الوسائل التي يمكن من خلالها تحقيق ميزة تنافسية في هذا المشروع حتى يشار إليه بالبنان.

- معرفة التهديد الذي يمكن أن يواجه المشروع لو أن هناك بدائل أخرى لنفس إنتاجك أو خدماتك، خاصة في ضوء ثلاثة عوامل هي:

١- مدى توفر هذا المنتج البديل.

٢- خصائص هذا البديل من حيث الجودة والسعر.

٣- النفقات والتكاليف التي على العميل أن يتحملها عند التحول للمنتج أو الخدمة البديلة.

- معرفة التهديد الذي يمكن أن يواجه المشروع لو أن هناك شركات أو أشخاصا آخرين سوف يقومون بأداء مثل هذا المنتج أو الخدمة (منافسيه)، ولا بد من معرفة الحواجز أو القيود التي يتم فرضها على عملية الدخول في هذه الصناعة أو الخدمة مثل:

- رأس المال المطلوب.
- تنوع واختلاف المنتجات.
- القدرة على الوصول للعميل.
- مؤهلات المورد.

- الحواجز القانونية.

- معرفة المنافسين الحاليين في السوق لما تقدمه في مشروعات، ويجب معرفة:

- عدد المنافسين (إذا كانت الخدمة نادرة أو عددهم في المنطقة المحيطة بك).
- نوع المنافسة (هادئة – شرسة)، وعلى ماذا يتنافسون (على السعر – على الخدمة–...)؟
- تنوع المنتجات والتشكيلة الخاصة بها، وهل تعتمد على السعر فقط أم الجودة؟.
- الطاقات الإنتاجية لكل منافس، والعوائق التي من الممكن أن تواجهك لو انخفضت المبيعات بنسبة صغيرة أو كبيرة.

- معرفة طبائع مشتري خدماتك أو منتجاتك (العمل أو المشتري) ويجب معرفة:

- تأثير الأسعار على العميل.
- تأثير الجودة على العميل.
- قدرة العميل على المساومة والتفاوض.
- المعلومات المتاحة للعميل عن موردين آخرين لما تقدمه

له من خدمات أو منتجات.

ب- تحليل الموارد المتوافرة لديك من خلال:

- ما هي النقدية السائلة (الاحتياطي النقدي).
- ما هي الأصول المالية الممكن توفرها.
- ما هي القدرة على الاقتراض أو دخول شركاء آخرين.
- ما هي المعدات والموارد الخام المتوافرة.
- ما هي الخبرات والمهارات من البشر والعاملين.
- ما هي قدرة العاملين لديك على التكيف مع ظروف وأوضاع مختلفة.
- ما هي درجة إخلاص العاملين لديك والاستعداد الشخصي والصفات الشخصية.
- ما هي درجة التكنولوجيا التي تمتلكها أو أسرار المهنة التي لا توجد لدى غيرك.
- ما هي درجة علاقاتك مع عملاء وموزعين وموردين وهيئات و...إلخ.

ثم قارن ما توصلت إليه عن نفسك وبين منافسيك، وحدد نقاط القوة والضعف التي تتمتع بها أو منافسيك.

جـ- الوصول إلى ميزة تنافسية تختلف عن باقي المنافسين؛ فالمشروع الناجح هو الذي يتمتع بقدرة سريعة على إدراك الفرص والاستفادة منها، وهو أيضًا الذي يقوم بتطوير أساليبه للاستجابة لمطالب العملاء وحاجاتهم، لذا مطلوب هنا:

- رؤية نافذة للوصول للتفهم الكامل لحاجات العملاء التي على أساسها يدفعون الأموال.
- تحقيق إنتاج وفير للاستفادة من وفورات الحجم.
- خفض تكلفة الإنتاج وكل تكلفة في كل مكان بالمشروع.
- استخدام التقنية الحديثة في أي تخصص.
- استغلال الطاقة الإنتاجية أقصى استغلال.
- تقليل العيوب على قدر المستطاع مع تحسين الأداء المستمر وبث روح الإتقان في نفوس العاملين.
- سرعة تلبية الأمر للعميل.
- تحسين استقرار المشروع وسمعته التجارية.

والآن: ما هو مشروعك؟

هو مشروع خاص بـ.........................

والأغراض الرئيسية له هي:

....

....

- ما الذي يجعل مشروعك ناجحًا؟

١- ....

٢- ....

٣- ....

٤- ....

٥- ....

- الموقف الحالي للمشروع:

أوجه القوة	موا ـن الضعف
....	....
....	....
....	....
....	....

أوجد القوة: هي الموارد أو الإمكانيات أو القدرات الذاتية التي يمكن أن تستخدمها في مشروعك بفاعلية لتحقيق أهدافك.

مواطن الضعف: هي القيود وأوجه القصور أو الضعف الذاتية التي تعوق مشروعك عن تحقيق أهدافه.

- ما هي الفرص والتهديدات التي تواجه المشروع؟

الفرص	التهديدات
....	....
....	....
....	....
....	....

الفرصة: هي أي موقف أو اتجاه أو تغير في البيئة الخارجية للمشروع يدعم الطلب على منتجاته أو خدماته أو يؤدي إلى تحسين مركزه التنافسي.

التهديد: هو أي موقف أو اتجاه أو تغير في البيئة الخارجية يمثل خطرًا محتملاً على المركز التنافسي للمشروع أو يحد من قدرتهن على تحقيق أهدافه العامة.

- هل يتمتع مشروعك بأي ميزات تنافسية فريدة؟

الحالية	المستقبلية
....	....
....	....
....	....
....	....

الميزة التنافسية: هي قدرة المشروع على تحقيق أرباح تفوق المشروعات المنافسة؛ وذلك نتيجة لانخفاض نفقات وتكلفة عمليات التصنيع والإنتاج في هذا المشروع أو لقيام هذا المشروع بتقديم منتج أو خدمة فريدة ومميزة.

- كيف يستطيع مشروعك أن يستغل بكفاءة وفاعلية المزايا التي يتمتع بها في مقابل المزايا التي تخص منافسيك حاليًا؟ وكيف يستطيع مشروعك تنمية وتطوير المزايا التنافسية الخاصة به مستقبلاً؟

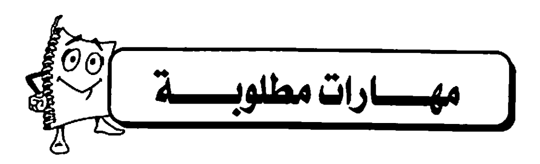
استغلال المزايا الحالية والمستقبلية	تطوير وتنمية المزايا التنافسية في المستقبل
....	....
....	....
....	....
....	....

- مـا هــي الأهـداف التطويريـة الـتي يسـعى مشـروعك إلى تحقيقها؟

....
....
....
....

***


مهارات مطلوبة



مهـــارات مطلوبـــة

نعـم يجـب أن تـتقن بعـض المهـارات الضـرورية لتصـل إلى القدرة على الكسب. نعم، تحتاج أن تعرف:

- كيف تسوق في ظل الركود؟
- كيف تحلل منافسيك في التخصص؟
- كيف تدير بالنتائج؟
- كيف تقوّم الأداء؟

***

- التسويق في ظل الركود:

كلما استطعت أن تسوق لمشروعك في ظل الركود الذي نحياه باستمرار كلما تولد لديك دافع ذاتي للخروج من المآزق التي تواجهها على اختلاف حدتها، فقد تجد مشروعك يواجه:

- تراكما في المخزون.
- طاقات معطلة.
- زيادة المنافسة.
- حروبا تجارية محلية أو عالمية.
- إحباطا عاما من البيع والشراء، ويأسا داخل النفوس.

ولذا مطلوب:

- إنعاش الطلب وزيادته.
- الإبقاء على الطاقة الدنيا للمشروع.
- تأمين حد أدنى من المبيعات والعائد.

كيف؟ عن طريق المزيج التسويقي [الإنتاج - التسعير - الترويج - التوزيع].

وهو تفصيلاً[1]:

١- الإنتاج: والذي يعبر عن المنتجات التي يقدمها المشروع سواء اتخذت شكل سلعة أو خدمة أو فكرة أو الثلاثة معًا، ومقدار وكم الإشباع الذي يحققه مزيج المنتجات الذي ينتجه ويقدمه ويعرضه المشروع للعملاء الحاليين، ومدى توافقه مع اتجاهات وميول ورغبات واحتياجات هؤلاء المستهلكين.

٢- التسعير: الذي يعبر عن السعر الذي يتم به تقديم المنتجات إلى السوق وما يرتبط به من سياسات سعرية متصلة بتمويل عمليات الشراء والبيع بالأقساط ومقدار الخصم التجاري وخصم الكمية الممنوحة والسياسات الائتمانية المختلفة التي يقدمها المشروع لعملائه من الموزعين إلى المستهلكين أيضًا.

٣- الترويج: والذي يقوم على إيجاد نظام اتصال فعال ما بين المشروع والمتعاملين معه من موزعين ومستهلكين سواء حاليين في الحاضر أو مرتقبين في المستقبل، ويشمل هذا بالطبع عناصر المزيج الترويجي التي تضم:

أ- البيع الشخصي القائم على كوادر بشرية مؤهلة ومدربة، ولديها الخبرة والمهارة وفن البيع والقدرة على التفاوض والإقناع.

---

(١) د. محسن الخضري، التسويق في ظل الركود، إيتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، ص ١٠٣.

ب- الإعلان الذي ينقل المعلومات الفعالة لإقناع المستهلك الحالي بزيادة واستمرار معاملاته، والمستهلك المرتقب الاحتمالي لإقناعه بتجربة المنتجات والاستمرار في الاستهلاك.

جـ- الإعلام لنقل الحقائق المجردة في صيغ خبرية من خلال وسائل نقل الأخبار الجماهيرية، وبما يؤثر على قناعة وسلوك الأفراد المستهلكين.

د- تنشيط التعاقدات من خلال المؤتمرات والمسابقات والمعارض البيعية والأسواق التعاقدية المختلفة.

ع- التوزيع: والذي يعبر عن مفهوم إتاحة المنتجات في المكان المناسب الذي يرغب المستهلك الحصول عليها منه، ويختلف المكان المناسب باختلاف نوع المنتجات.

واستخدام عناصر المزيج التسويقي للخروج من دائرة الركود وإحداث انتعاش في الطلب يحتاج إلى حنكة وذكاء في استخدام الأدوات والعناصر المؤثرة على الطلب.

ففي استخدام سياسات الإنتاج لا بد من:

- تشكيل لذات المنتج من حيث الشكل الخارجي للسلعة التي ينتجها المشروع.

- إدخال أنواع جديدة في مزيج المنتجات الحالي.

- دمج سلعة أو منتج في سلعة أخرى متكاملة معها لاستكمال حاجة الإشباع.
- إنتاج منتج يحل مكان منتج آخر بل ويلغيه تمامًا.
- التخصيص في إنتاج سلع خاصة للأفراد القادرين على تحمل تكلفتها.
- تنويع للأحجام المختلفة للمنتج ليصبح أكثر مناسبة لاستخدام المستهلك.
- تنويع الألوان لإرضاء الذوق المختلف للمستهلكين.

*** وفي استخدام سياسات التسعير لا بد من:**

- جعل الأسعار مرنة قابلة للتعديل والتغيير وفقًا للتفاوض.
- الخصومات السعرية للموزعين التجاريين (جملة - شبه جملة) وللمستهلكين في أوقات الأوكازيونات.
- إعداد عبوات مجمعة من منتجات مختلفة وبيعها بسعر منخفض ملحوظ عن أسعارها العادية مثل:

(بيع علبة سمن مع عبوة زيت طعام أو أدوات مدرسية متنوعة معًا...).

- حزم مجموعات سلعية مماثلة وبيعها بسعر أقل (٣ عبوات زيت طعام بسعر٢).

- تحميل منتج لا يلقى رواجا على آخر يلقى رواجا وإقبالا شديدا من المستهلك.

- بيع بنظام الأقساط.

*** وفي استخدام سياسات الترويج لا بد من:**

أ- البيع الشخصي من خلال:

- فرقة دائمة تعطي لها مجموعة مهام بيعية تسعى إلى تحقيقها والوصول إليها بشكل فعال يأخذ في معطياته المناطق البيعية المختلفة، والخصائص التي تتصف بها، وتقوم هذه الفرق بعملية مسح السوق وتقسيمها وإعداد قواعد بيانات محدثة وفعالة عن السوق وكيفية الاتصال بهذه المناطق، وتنشيط التعاقدات الحالية والمستقبلية.

- فرق متكاملة تقوم بأعمال التوزيع للوكلاء والفروع (محطة بيعية) عند احتياج هذه الأماكن لها، مع الإقلال من حجم المخزون إلى أدنى درجة ممكنة، وتقوم هذه الفرق بدراسة وتحديد ومعرفة القدرة التصريفية لكل محطة بيعية (الحالية أو المتوقعة)، وتحديد ومعرفة توقيتات الطلب، وبالتالي يتم رسم سيناريوهات دقيقة عن الطلب وتدفقاته، فيتم تقليل المخزون وتقديم السلع والخدمات بتكاليف منخفضة وأسعار منخفضة.

- فرق تفاوضية تتصل بعملاء الجملة للوصول إلى المزيد من التعاقدات.

- فرق خاصة بفتح أسواق مغلقة أو أسـواق جديـدة لم تعـرف السلعة أو تجربها من قبل.

- فرق خاصة بإعداد معارض البيع والمناسبات البيعية.

ب- الإعلان من خلال:

- الإعلان المكثف واسع الانتشار جماهيريا.

- الإعلان الانتقائي الذي يتم من خلاله مخاطبة جمهور معين تم اختياره نظرًا لطبيعة السلعة أو الخدمة المعلن عنها.

- الإعلان الحي شديد الفعالية والتأثير؛ حيث يعتمد على الأثر الإيجابي للمحاكاة والتقليد وحب التشبه بالآخرين.

- الإعلان الواعد الذي يعتمد على الإثارة وزيادة حالة الترقب والانتظـار بهـدف تمكـين الفكـرة عـن المنـتج مـن الـدخول والتغلغل إلى أعماق النفس البشرية لجمهور المستهلكين.

- الإعلان العام عن فكرة الخدمة أو السلعة.

المهم هو أن يقوم الإعلان بـ:

- المحافظة والاحتفاظ بالطلب الحالي وعدم السماح بتراجعه.

- تنشيط الطلب وإعادة المستهلكين السابقين للتعامل.

- توسيع الطلب ومده إلى مناطق جغرافية أكثر احتياجا.

- مد الطلب إلى مجالات جديدة وتنويعية ليغطي منتجات أخرى جديدة.

جـ- الإعلام من خلال:

إثارة اهتمام الإعلام ورجاله لصياغة أخبار عن المنتج أو الخدمة التي يقدمها المشروع خاصة إذا كانت جديدة ومتفردة (لا يهم هنا حجم المشروع) ولإحداث سبق إعلامي، كل هذا لتحريض المستهلك ودفعه للاستمرار في استهلاك السلعة أو الخدمة وزيادة معاملاته عليها.

د- تنشيط التعاقدات من خلال:

- عقد المسابقات مع التنويع فيها.
- معارض بيعية مختلفة في أماكن مختلفة.
- ندوات بيعية أو استغلال الندوات والمؤتمرات ذات التجمع الجماهيري.
- هدايا وتبرعات لجهات خيرية.
- خلق مناسبات بيعية.

*** وفي استخدام سياسات التوزيع لا بد من:**

- استخدام التوزيع المكثف للوسطاء.

- استخدام التوزيع الانتقائي للوسطاء.

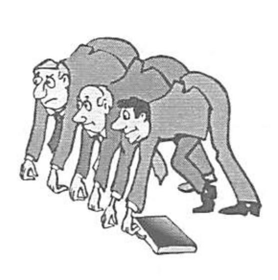
- استخدام وكالات توزيع فعالة (مثل شركة تميمة لبيع الأجهزة المنزلية والسلع المعمرة).

- التوزيع لمستخدم كبير.

- تحليل المنافسين.

*** من هم المنافسون؟**

هم كل شخص أو مؤسسة ذات أهمية موجودة في السوق أو محتمل تواجدهم في المستقبل، والمنافسون المحتملون يمكن أن يكونوا من بين:



- شركات لا تعمل حاليًا في الصناعة، ولكن يمكنها التغلب على موانع وعقبات دخول الصناعة، خاصة إذا كانت بسيطة (دخول مشروعات الوجبات الشعبية، مثل الفول والطعمية إلى مجال الوجبات الجاهزة من اللحوم التيك واي).

- شركات لها تعاون واضح ومصالح متبادلة مع الشركات التي تعمل في الصناعة.

- عملاء موردين قد يتحدون ويتحالفون معًا، إما الآن أو غدًا.

*** وتحليل المنافسين يجيب لنا على أربعة أسئلة هامة وأساسية هي:**

- هل المنافس راض عن وضعه الحالي في السوق؟
- وإذا لم يكن راضيًا عن وضعه الحالي، فما هي التحركات المحتملة أو التغيرات الإستراتيجية التي سيقوم بها؟
- أي مواطن الضعف لدى المنافسين سنوجه إليها هجومنا؟
- ما هي الأعمال التي يمكن أن تقوم بها -أنت ومشروعك- فتستفز المنافس وتجعله يتخذ ردود فعل عنيفة؟

*** لا بد من معرفة التحليل الهيكلي للصناعة من خلال:**

١- العوائق أمام دخول منافسين جدد حيث:

- وفورات الحجم.
- ملكية علامة تجارية معينة.
- التمتع بمنتجات مختلفة متميزة.
- القدرة على تحمل التكاليف.
- ميزة نسبية/ مطلقة في التكلفة.
- الانتقام المتوقع.
- المتطلبات الرأسمالية.

٢- محددات قوة الموردين حيث:

- تميز مدخلاته.

- القدرة على تحمل تكاليف الموردين والشركة في الصناعة.

- تواجد المدخلات البديلة.

- أهمية حجم المورد.

- التكلفة نسبة إلى إجمال مشتريات الصناعة.

- تركيز الموردين.

٣- محددات قوة المشترين حيث:

- تركيز المشترين.

- حجم المشتري.

- قدرة المشتري على تحمل التكلفة.

- معلومات المشتري.

- بدائل المنتجات.

- الحساسية للأسعار.

٤- محددات المنتجات البديلة حيث:

- الأداء السعري النسبي للمنتجات البديلة.

- القدرة على تحمل التكاليف.

- ميل المشترين إلى المنتجات البديلة.

٥- المحددات التنافسية حيث:

- نمو الصناعة.

- التكاليف الثابتة والقيمة المضافة.

- توقف الطاقة الزائدة.

- الاختلاف في المنتجات.

- ملكية العلامة التجارية.

- تحمل التكاليف.

- تعقد المعلومات.

- تنوع المنافسين.

- مخاطر الشركة.

- معوقات الخروج من الصناعة.

والآن، حدد ما يلي منافسيك:

ما هي أهداف مشروع منافسيك:

١- الأهداف الأساسية..

....

....

٢- الأهداف المالية..

....

....

- ما هي اتجاهات المنافسين نحو المخاطرة:

* محب للمخاطرة ( ) ولماذا؟

* غير محب للمخاطرة ( ) ولماذا؟

- ما هي القيم والمعتقدات الاقتصادية وغير الاقتصادية للمنافسين؟

....

....

- هل لدى المنافسين هيكل تنظيمي ووصف وظيفي:

- إذا كانت الإجابة بـ (نعم)، فما هو؟
- إذا كانت الإجابة بـ (لا)، فلماذا؟

- هل هو فوضوي؟
- هل هو في مرحلة إعادة البناء مرة أخرى؟
- هل يدير أعماله بالبركة؟.

- ما هو نظام التحفيز وتقييم الأداء المستخدم لديه:

- هل نظام وقواعد ثابتة لا تتغير أم مرنة؟
- هل يتبع الحوافز المالية فقط؟
- هل يتبع الحوافز المعنوية فقط؟
- هل يتبع الاثنان معًا؟
- هل هناك نظم أخرى، ما هي؟

- ما هو الشكل القانوني لمنافسيك؟

- شركة فردية بسيطة
- شركة مساهمة كبيرة

- ما هو شكل اجتماعاته مع العاملين معه؟

- هل في برنامج عمل منتظم
- هل حسب الحاجة أو الأزمة
- لا يوجد اجتماعات ولكنْ أي شيء آخر

- هل لديه مستشار تسويقي معروف أم يعتمد على نفسه ورجاله؟

* في حالة المستشار التسويقي:

- من هو؟
- ما هي السيرة الذاتية له؟
- كيف يمكن الوصول إليه؟
- هل يقبل أن يكون مستشارا لك في نفس الوقت؟

* في حالة الاعتماد الذاتي على نفسه ورجاله:

- لماذا يلجأ إلى هذا الأسلوب؟
- ما هي المهارات والخبرات التي تتوافر فيهم ليصلوا إلى ما هم فيه الآن؟
- هل يمكن الوصول لأحدهم ليعمل لديك، وإن رفض فلماذا يرفض؟

- ما هي الالتزامات التعاقدية التي لدى المنافس، وهل تحد من اختيار البدائل أمامه؟

....

....

- هل توجد أيه معوقات اجتماعية أو ثقافية أو سياسية أو اقتصادية أو تكنولوجية أو طبيعية تؤثر على ردود أفعال المنافس بشكل واضح تجاه تحركات بقية المنافسين الآخرين في السوق؟

....

....

- كيف تتم الرقابة على الأداء لديه؟

- هل الرقابة شخصية ذاتية من قبل العاملين على أنفسهم؟
- هل الرقابة بوليسية صارمة؟.

حدد نتائج كل نوع وأسبابها:

....

....

....

- كيف يستقطب العاملين الجدد لديه؟

- إعلان داخلي بين العاملين؟
- إعلان خارجي بالجرائد؟
- يتمنى كل فرد العمل لديه؟ ولماذا؟

- كيف يرى المنافس نفسه في السوق؟

....

....

....

- هل هناك قيم أو معتقدات أو قوانين يمكن أن تؤثر بشدة على الطريقة التي يتم بها رؤية الأحداث في السوق من قبل المنافس، وما هي ولماذا؟

....

....

....

- ما هو رأى المنافس في الطلب المستقبلي، وأين تتجه هذه الصناعة؟

....

....

....

- ما هي افتراضات المنافس عن أهداف وقدرات منافسيه (بمن فيهم أنت)؟

....

....

....

- ما هو الأداء المالي الحالي للمنافس ونصيبه في السوق؟

....

....

- ما هو تاريخ المنافس في سوق الصناعة على مدار الزمن؟

....

....

- ما هو رد فعل المنافس إذا تحركت سوق الطلب في الصناعة؟

بسرعة: ....

ببطء: ....

بصورة ضعيفة جدا: ....

بصورة قوية جدا: ....

بصورة انفعالية: ....

بصورة خفية: ....

بصورة واضحة: ....

بصورة فريدة من نوعها: ....

- ما هي الخصائص التي تميز المنافس عن غيره من المنافسين الآخرين؟

....

....

....

- ما هي الصورة الذهنية التي يرغب المنافس في تكوينها عن مشروعه في أذهان العملاء في السوق؟

....

....

- ما هي الفلسفة أو المعتقدات التي يرغب المنافس في أن يؤمن بها الأفراد الذين يعملون في مشروعه؟

....

....

- ما هو ميدان العمل الذي يهتم به المنافس؟

....

....

- من هم عملاء المنافس؟

....

....

- ما هي المنتجات التي يقدمها المنافس لعملائه؟

....

....

- ما هي المجالات التي يتنافس فيها مشروع المنافس مع غيره في السوق؟

....

....

- ما هي الإستراتيجية التي يتبعها المنافس حاليًا؟

....

....

....

- ما هي مواطن القوة والضعف لدى المنافس حاليًا ومستقبلاً؟

القدرات	حاليًا		مستقبلاً	
	قوة	ضعف	قوة	ضعف
- المنتجات				
- الأسعار				
- النصيب السوقي				
- نمو المبيعات				
- تكاليف التوزيع				
- منافذ التوزيع				
- مهارات البائعين				
- خدمات ما بعد البيع				
- فاعلية الإعلان والترويج				

القدرات	حاليًا		مستقبلاً	
	قوة	ضعف	قوة	ضعف
- تطوير منتجات جديدة				
- بحوث التسويق				
- النقل والتخزين				
- التمويل				
- البحوث				
- التنظيم				
- الأفراد				
- القدرة على النمو				
- القدرة على الاستجابة السريعة لتحركات الآخرين في السوق				
- القدرة على التكيف مع التغيير				
- القدرة على احتمال الصراعات				
- القدرة على الهجوم في السوق				
- القدرة على الدفاع عن النصيب السوقي				
- القدرة على إعادة تنظيم الأمور والقدرات والموارد والعمالة				
- القدرة على خفض التكاليف				
- القدرة على التسويق والبيع في حالة الركود				

- الإدارة بالنتائج

أنت تحتاج إلى قياس نتائج الأداء (سواء نتائج أدائك أنت أم العاملين معك).



أنت تحتاج إلى قياس:

* **الإنتاجية:** عن طريق:

- عدد الوحدات المنتجة.
- عمليات تم تطويرها.
- رقابة الإنتاج.
- أعطال الآلات والماكينات.
- استهلاك المعدات.
- طاقة التصنيع.
- موائمة عدد الوحدات المنتجة لطلبات البيع.
- تناسق الطلبيات المرتدة مع مستوى المخزون.

* **الجودة:** عن طريق:

- شكاوى من الأعطاب.
- تكلفة النفايات.

- شكاوى العملاء.
- نسبة الخطأ في تنفيذ الطلبات.
- عدد المرتجعات في المشروع.
- عدد المردودات العائدة من العملاء.
- تكلفة إعطاء الضمانات.

* **علاقات العاملين بالمشروع:** عن طريق:

- عدد الاضطرابات/ الشكاوى.
- عدد الحالات المثالية.
- عدد الاقتراحات المقدمة.
- عدد مرات الالتزام بتواريخ الإنجاز.
- عدد التنقلات/ طلبات النقل من إدارة إلى أخرى أو من عمل لآخر.
- نسبة تاركي العمل/ الغياب/ التأخير.
- نسبة الإجازات المرضية.
- طول مدة الخدمة.
- اتجاهات السلوكيات العادية/ غير العادية.

* **التدريب:** عن طريق:

- الوقت اللازم لإنجاز العمل.
- القدرة على أداء أكثر من عمل.
- وقت التعليم.
- عدد الذين يمكن الاعتماد عليهم من جملة العاملين بالمشروع.
- مستوى الأداء قبل وبعد التدريب.

* **المبيعات:** عن طريق:

- تكلفة المبيعات.
- معدل وحجم الطلبيات.
- مبيعات المنتجات الجديدة والرئيسية.
- النصيب من السوق.
- تسعير المنتجات.
- أنواع المنتجات المباعة.
- مردودات المبيعات.
- مستوى التخزين.
- قيمة المبيعات الإجمالية.

- عدد العملاء.

- عدد زيارات البيع للعميل حتى تتم العملية البيعية.

- نسبة الزيادة عن العام الماضي.

* **التنمية الذاتية:** عن طريق:

- الإلمام بأهداف المشروع ورسالته.

- الإلمام بالمنتج أو خدمات المشروع.

- الإلمام بالمنافسة.

- عدد المهام التي نفذت بناء على مبادرة شخصية.

- عدد الكتب والمجلات التي تم قراءتها في مجال التخصص.

- عدد الملتحقين بالدراسات العليا لدعم العمل.

- عدد الدورات التدريبية التي تم حضورها لزيادة الكفاءة في العمل.

ما سبق ليس كافيًا لقياس النتائج، بل بداية لتحدد ما يتم إدارته بالنتائج.

ابدأ بنفسك

- حدد المجالات الأساسية لمسئوليتك.

- أوجد الأساس للتقويم الفعال للإنجاز في كل نواحي عملك.

- وضح طريقة قياس ما تحاول إنجازه.

- قيم إنجازاتك بنفسك.

- كن ملتزمًا من خلال جداول مكتوبة يمكن لك متابعتها.

- إذا حققت النتائج والإنجازات المطلوبة، أوجد أسسا لوضع أهداف جديدة.

تقويم الأداء:

ما هي وظيفتك؟ مدير للمشروع أو أي وظيفة به.

كيف تؤديها؟ أو كيف تمتهن هذه المهنة وما حكمك على نفسك؟

لابد أن تعرف من خلال الإجابة على الأسئلة التالية:

- هل حددت لمشروعك الأهداف القصيرة والطويلة الأجل في تعبيرات قابلة للتحقيق (كمية كانت أو كيفية)؟

....

....

- إلى اي مدى أنت متأكد من أن أهداف مشروعك مفهومه للعاملين معك بحيث إن أهداف هؤلاء العاملين ترتبط بأهداف المشروع؟

....

....

- إلى أي مدى تساعد العاملين معك في تحديد أهداف متناسقة وقابلة للتحقيق في عمل المشروع؟

....

....

- إلى أي مدى تستخدم افتراضات مقبولة مستقبلا، وتتأكد من أن العاملين لديك أيضًا يقومون بذلك؟

....

....

- هل تفهم دور المشروع في البيئة التي يحيا فيها وبها عند اتخاذك لقرار ما؟ وهل تتأكد من أن العاملين معك يقومون بذلك أيضًا؟

....

....

- هل تحاول حل المشكلات التي تواجهك في إطار التجديد المستمر أم باستخدام قواعد وإجراءات جامدة وروتين مُضيع للوقت والجهد؟

....

....

- هل تساعد العاملين معك على الحصول على المعلومات التي يحتاجون إليها في التخطيط لعملهم؟

....

....

- إلى أي مدى تبحث عن البدائل القابلة للتطبيق في الموقف قبل اتخاذ قرار ما؟

....

....

- هل تتعرف على العوامل المحددة أو الحاكمة في حل مشكلة ما وتوليها الاهتمام الرئيسي عند اختيارك من بين البدائل المتاحة؟

....

....

- هل تقوم بمراجعة خططك من وقت لآخر لترى إذا ما كانت متناسقة مع التوقعات الجارية؟

....

....

- هل تأخذ في اعتبارك -وبانتظام- عند رسم الخطط وتنفيذها النتائج طويلة الأجل لقراراتك، وكذلك النتائج المتوقعة في المدى القصير؟

....

....

- هل تفوض السلطات للعاملين معك على أساس النتائج المتوقعة منهم؟

....

....

- هل تفويضك للأعمال واضح أكثر منه مفصلاً؟

....

....

- هل العلاقات البينية بين العاملين واضحة ومعلوم حدود السلطة والمسئولية؟

....

....

- هل تحتفظ بعاملين مشكوك في قدراتهم في وظائفهم؟

....

....

- هل تستخدم التقويم للأداء كوسيلة لمساعدة العاملين معك على تحسين أدائهم، وكيف يتم ذلك؟

....

....

- هل تفهم ما يحفز العاملين معك وتحاول أن تدخله في وظائفهم أو في بيئة العمل؟

....

....

- هل تقود وتوجه العاملين وتفسر لهم أهداف المشروع بحيث تجعلهم يرون أن صالحهم الشخصي يتواءم -رغم أنه قد لا يتطابق بالضرورة- مع أهداف المشروع؟

....

....

- هل تستخدم أساليب اتصال ذات كفاية وفعالة في التعامل مع العاملين بالمشروع؟

....

....

- هل تخلق البيئة التي تشجع العاملين على اقتراح تجديدات في المنتجات أو العمليات أو التسويق أو غيرها من سياسات المشروع ومجالات التخطيط فيه؟

....

....

- هل تستجيب للآراء والاقتراحات الجديدة المستحدثة؟.

....

....

- هل يستطيع العاملون بالمشروع الوصول إليك لمناقشة مشكلاتهم والحصول على توجيهاتك؟

....

....

- إلى أي مدى تفصل وتختار بفاعلية أساليب الرقابة والمعايير التي تعكس خطط المشروع؟

....

....

- هل تضع الضوابط التي تبين الاختلافات عند النقط الحرجة؟

....

....

- هل صممت أساليب رقابية بحيث تبين بدقة مكان حدوث الانحرافات في المشروع؟

....

....

- هل أساليبك الرقابية مفهومة بين الذين يجب أن يتخذوا الإجراءات اللازمة لتصحيح الانحراف؟

....

....

- هل تساعد العاملين معك في اتخاذ الإجراءات اللازمة عندما يظهر انحراف في خططهم؟

....

....

- هل تتابع التطور في الأساليب الحديثة في التخطيط والرقابة وتستخدمها؟

....

....

- هل تساعد العاملين بالمشروع في وضع أساليب للرقابة والمعلومات التي تبين لهم مدى تقدمهم في أعمالهم بحيث تساعد على وضع أسس الرقابة الذاتية؟

....

....

* لا يكفي أن تجيب بـ (نعم) أو (لا)، المهم الأسباب والنتائج لتضع نفسك على الطريق السليم.

وأخيرًا.. نراك على القمة

وأخيرًا.. ضع أمامك ما تحتاج إليه.

ما سبق عن حماس الشباب والآن جاء دور حكمة الشيوخ

ضع أمامك خبرة الحياة والتي تكمن في:

- إذا خشيت الفشل فإن هذا سوف يحد من نشاطك نفسه.
- الناس الذين يحاولون فعل شيء ما ويفشلون أفضل من الذين لا يحاولون فعل شيء وينجحون.
- أن المال يمكن أن يشتري لك مكانًا لا مكانة.
- مستقبلك تحدده أهدافك وكفاحك لتحقيقه.
- يجب أن تحول كلماتك إلى أفعال.
- وسط الصعاب تكمن الفرصة.
- الشجرة المثمرة هي التي يهاجمها الناس.
- انظر للماضي لترى المستقبل.
- إذا لم تجد الفرصة فاصنعها.
- النجاح ليس كل شيء، إنما الرغبة في النجاح هي كل شيء.
- البداية هي أصعب جزء في أي عمل.

- لن تصل إلى الراحة إلا على جسر من التعب.
- موهبتك ترفعك إلى أعلى، وإرادتك تجعلك تبقى هناك... في أعلى.
- إما أن تجد طريقًا وإما أن تشق واحدًا.
- هناك دائمًا مكان في القمة، هو لمن يستحق، فهل أنت هو؟

نراك على القمة

***

المراجـــع

أولاً: القرآن الكريم

ثانيًا: تفاسير القرآن الكريم:

- سيد قطب: في ظلال القرآن، دار الشروق، القـاهرة، الطبعـة ٢٥، ١٩٩٦- ١٤١٧هـ.

ثالثًا: الكتب

- د. أحمد إبراهيم أبو سن: الإدارة في الإسـلام، مكتبـة وهبـة، القاهرة، ١٩٨٤.
- أبو حامد الغزالي: إحياء علوم الـدين، دار الريـان للـتراث، القاهرة، الطبعة الأولى، ١٩٨٧.
- د. إبراهيم الفقي: قوة التحكم في الذات، ترجمة/ آمال الفقي وكوستا هوفرز، المركز الكنـدي للتنميـة البشـرية، (الناشـر: المؤلف)، كندا، ٢٠٠٠.
- د. إبراهيم الفقي: البرمجة اللغوية العصبية وفن الاتصـال الا محـدود، ترجمـة/ بيرناشـو، مراجعـة/ آمـال الفقـي، المركـز الكندي للتنمية البشرية، (الناشر: المؤلف)، كندا، ٢٠٠١.
- د. أكرم رضا: شباب بلا مشاكل.. رحلـة مـن الـداخل، دار التوزيع والنشر الإسلامية، القاهرة، ٢٠٠٢.
- د. أحمد جلال: إستراتيجيات الأعمـال، (الناشـر: المؤلـف)، القاهرة، ١٩٨١.

- تريفور يونج: إدارة المشروعات بنجاح، ترجمة/ د. خالد العامري، دار الفاروق للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٣.
- جيمس سي كراج، روبرت إم جرانت: الإدارة الإستراتيجية، ترجمة د. خالد العامري، دار الفاروق للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٣.
- د. روجر فريتس: فكر كما يفكر المدراء، مكتبة جرير، المملكة العربية السعودية، ٢٠٠٢.
- د. سعيد قابيل: القدوة منهاج ونماذج، دار التوزيع والنشر الإسلامية، القاهرة، ٢٠٠٢.
- د. صلاح السيد: الإدارة بالأهداف.. دليل المديرين نحو فعالية النتائج ووفرة الأرباح، (الناشر المؤلف)، القاهرة، ١٩٧٨.
- الشيخ/ صفى الرحمن المباركفوري: الرحيق المختوم بحث في السيرة النبوية على صاحبها أفضل الصلاة والسلام، دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع، المنصورة، الطبعة الخامسة، ١٩٨٧.
- د. عبد الرحمن رأفت الباشا، صور من حياة الصحابة، دار الأدب الإسلامي للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩٧.
- عادل الأنصاري: الدنيا بين الراغبين فيها والراغبين عنها، دار التيسير للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩٧.
- د. عبد الرحمن توفيق: الإدارة بالمعرفة.. تغيير ما لا يمكن تغييره،

مركز الخبرات المهنية للإدارة (بميك)، القاهرة، ٢٠٠٤.
- المهارات السبع للنجاح، مركز الخبرات المهنية للإدارة (بميك)، القاهرة، ٢٠٠٤.
- قطب إبراهيم: المال العام في القرآن، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ٢٠٠١.
- كريج ليوهل: التفكير بطريقة إستراتيجية، عرض د. محمد حامد، المكتبة الأكاديمية، سلسلة كراسات (عروض)، القاهرة، ٢٠٠٢.
- د. محسن الخضيري: التسويق في ظل الركود، إيتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩٦.
- مايك فانس، ديان ديكون: التفكير خارج الصندوق، مكتبة جرير، المملكة العربية السعودية، ٢٠٠٣.
- محمد عطية الإبراشي: عظمة الإسلام، الهيئة المصرية العامة للكتاب، الجزأين الأول والثاني، القاهرة، ٢٠٠٢.
- مصطفى مشهور: مقومات رجل العقيدة على طريق الدعوة، دار التوزيع والنشر الإسلامية، القاهرة، ١٩٩٢.
- محمد يوسف الكاندهلوي: حياة الصحابة، تحقيق: نايف العباس، محمد على دولة، النور الإسلامية للطبع والنشر والتوزيع، بدون تاريخ.
- محمد فتحي: أبجديات التفوق الإداري، دار التوزيع والنشر الإسلامية، القاهرة، ٢٠٠٠.

- محمد فتحي: معضلات إدارة تبحث عن حلول، دار التوزيع والنشر الإسلامية، القاهرة، ٢٠٠٢.
- محمد فتحي: زيارة لمعسكر الإداريين، دار التوزيع والنشر الإسلامية، القاهرة، ٢٠٠٢.
- محمد فتحي: ١٧٩٠ نصيحة إدارية لتخطى الحواجز وصناعة النجاح، دار الراية للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٥.
- د. محمود حمدي زقزوق: الإنسان والقيم في التصور الإسلامي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ٢٠٠٤.
- هارولد كتونتز: تقويم المديرين.. دراسة تطبيقية في تقويم العمل الإداري، ترجمة د. محمد إسماعيل يوسف، دار المعرفة، القاهرة، ١٩٧٤.

رابعًا: الدوريات:

- الشركة العربية للإنتاج العلمي (شعاع): سلسلة المختار الإداري، أعداد مختلفة، القاهرة.
- مجلة «إبداع»: العدد (١٢)، الكويت، مارس ٢٠٠٤.
- مجلة «خبرات»: العدد (١)، مركز الخبرات المهنية للإدارة (بميك)، القاهرة، ١٩٩٨.

خامسًا: بحوث ومؤتمرات وندوات:

- ملتقى المؤسسات الرائدة الثاني، مؤسسات تتخطى الحواجز وعقليات تتقدم، مركز التفكير الإبداعي، دبي، ٢٠٠٤.

- ندوات تم عقدها في نقابة التجاريين بالجيزة:

- د.حسين شحاتة: عقيدة وخلق رجل البيع في الإسلام.
- د.حسين شحاتة: الضوابط الشرعية لتحديد الأسعار بين الفقه الإسلامي والتطبيق المعاصر.
- د.حسين شحاتة: الضوابط الشرعية للتسويق والمبيعات في ظل العولمة والجات.
- د.حسين شحاتة: القواعد والضوابط الشرعية العامة للمعاملات في الأسواق.
- د.حسين شحاتة: الضوابط الشرعية للبيوع المعاصرة.
- د. عطية فياض: الضوابط الشرعية لتسويق المنتجات والسلع.
- د. عطية فياض: القواعد والضوابط الشرعية العامة للمعاملات في الأسواق.

